

Pizza e pasta ITALIANA

n° 11

dicembre

2023

pizzaepastaitaliana.it

anno XXV

Stelle
(e non solo)
sotto l'albero



UN FIOR DI LATTE

Figlio d'Arte



PIZZA ALLA ROMANA

La nuova pala **ROMA** in alluminio è disponibile in due versioni, **forata** e **piena**, fabbricata con **alluminio speciale** resistente e leggero.

La superficie **anodizzata** e le **finiture di qualità**, con **fresatura in punta** e **rialzi laterali**, rendono questa pala uno strumento di lavoro pratico e robusto per infornare e sfornare le vostre pizze speciali.

Scopri tutte le modelli e misure disponibili su **www.lillicodroipo.com**



LILLY CODROIPO s.r.l.

ATTREZZATURE PER PIZZERIE
GASTRONOMIE E FAST FOOD

via Lino Zanussi 7, 33033 Codroipo UD - ITALIA
tel. +39 0432 907166 - info@lillicodroipo.com



4	PIZZA E PASTA ITALIANA	
	DICEMBRE	2023
AZIENDE		
Campionato Mondiale Della Pizza	p. 16	
Cameo	p. 49	
Cerutti Inox	p. 71	
Conserve Italia	p. 33	
Cuppone	p. 27	
Demetra	p. 115	
Di Marco Corrado Srl	p. 23	
Dr. Zanolli	p. 39	
Fiera Di Rimini - Sigep	p. 114	
Gam International	p. 13	
Industria Molitoria Perteghella	p. 65	
Ireks Italia Srl	p. 97	
Italforni	p. 21	
La Torrente	p. 57	
Lilly Codroipo	p. 3	
Menu	p. 116	
Millberg	p. 47	
Molino Agugiaro	p. 15	
Molino Cosma	p. 67	
Molino Dalla Giovanna	p. 89	
Molino Naldoni	p. 37	
Molino Pasini	p. 7	
Refrattari Reggello	p. 11	
Rinaldi Superforni	p. 81	
Sacar	p. 53	
Sanfelici	p. 73	
Sitta	p. 103	
Sorì	p. 2	
Industria Alimentare Tanagrina	p. 101	
Trinka	p. 9	
Ventidue	p. 95	
Vitella	p. 111	
Vito Italia	p. 91	

— Sommario —

6

EDITORIALE

di Antonio Puzzi

8-10

PRIMA PAGINA

a cura della redazione

12

PIZZA NEWS

a cura della redazione



Dalle guide alle Stalle

di Domenico Maria Jacobone

24

Pizza Haters?

di Giusy Ferraina

30

Recensioni Positive

di Domenico Maria Jacobone

34

RISTORAZIONE DOMANI

Le stelle cadenti

di Giampiero Rorato



2023

L'estate calda degli scontrini

di nio



Recensioni e Bilanci

di Domenico Maria Jacobone



SALUTE

Prepararsi alle feste

di Marisa Cammarano

54



LA BIRRA

Le birre italiane più premiate del 2023

di Alfonso Del Forno

58



STORIE DI PIZZA

Franco Pepe

di Caterina Orlandi

62

Luca Di Benedetto

di Noemi Caracciolo

68



STORIE DI PIZZA

Giuseppe Auriemma

di Giusy Ferraina

74

Guglielmo Vuolo

Noemi Caracciolo

78

Strapositivo!

Intervista a Rinaldi Superforni

a cura della redazione

82

A ogni pizza il suo piatto

di G.F.

86

SENZA GLUTINE

Consigli per un "cenone" gluten free

di Alfonso Del Forno

92

PRODOTTI

Andar per Cipolle

di Cristina Vianello

100



I canditi tra storia e assaggi

di Marisa Cammarano

106

La parola ai pizzaioli

a cura della redazione

112

UN LIBRO AL MESE

Osterie d'Italia 2024

a cura della redazione

LE AZIENDE INFORMANO

Grandi Molini Italiani _____ p. 43

Di Filippo Legnami _____ p. 104-105

Waico _____ p. 14

Editoriale

Antonio Puzzi

Ed eccoci giunti a un nuovo giro di boa. Senza che quasi ce ne rendessimo conto (si fa per dire), sulla nostra pelle si sono distesi altri 12 mesi: abbiamo vissuto un inverno mite e un'estate torrida, abbiamo assistito a due alluvioni in Emilia-Romagna e Toscana; abbiamo dato vita a progetti nuovi, raggiunto successi insperati e raggranellata qualche delusione. Come ogni anno, anche quello che volge al termine ha portato con sé un po' di ordine e altrettanta confusione; ci ha regalato qualche crisi e ha offerto alla nostra intelligenza emotiva nuove scoperte; ha rinsaldato rapporti, affievolito passioni e ha aperto nuove frontiere. Come ogni anno, anche quello appena trascorso è stato segnato da guerre e conflitti: quelli globali, come le logoranti e terribili guerre in Ucraina e nella striscia di Gaza e quelli personali, che si consumano nelle nostre città e nei luoghi di lavoro e che spesso ci fanno fare "il sangue amaro". Nel corso di quest'anno, come sapranno i più attenti lettori di questa rivista che da 34 anni ci accompagna nel mondo della pizza e della ristorazione di prossimità, ho voluto dedicare ogni mese un augurio diverso a chi mi fa dono di leggere le poche righe dei miei Editoriali. In questo numero, dedicato ai molteplici significati che reca con sé la parola valore - dai bilanci alle relazioni, passando per la condivisione e la convivialità, fino ad arrivare all'importanza dei riconoscimenti che, alla fine dell'anno, occupano le pagine di critica gastronomica - voglio salutare il 2023 con alcune precise parole che prendo in prestito da uno dei miei "pensatori" preferiti, un profeta del nostro tempo, lo scrittore napoletano Erri De Luca.

*Considero valore quello che domani non varrà più niente
e quello che oggi vale ancora poco.*

Considero valore tutte le ferite.

*Considero valore risparmiare acqua,
riparare un paio di scarpe,*

tacere in tempo, correre a un grido,

chiedere permesso prima di sedersi,

provare gratitudine senza ricordare di che.

[...] Considero valore l'uso del verbo amare

e l'ipotesi che esista un creatore.

Molti di questi valori non ho conosciuto.

Come si dice dalle mie parti: "buona fine e buon principio",
nio

PIZZA E PASTA ITALIANA

Mensile di Pizza, Pasta, Enogastronomia e Cultura

Edito da **PIZZA NEW S.p.A.**

Autorizzazione Tribunale di Venezia n.1019 del 02/04/1990

Anno XXXIV - n.11 dicembre 2023 - Repertorio ROC n. 5768

DIRETTORE EDITORIALE

Massimo Puggina

DIRETTORE ONORARIO

Giampiero Rorato

DIRETTORE RESPONSABILE

Antonio Puzzi

PUBBLICITÀ

Caterina Orlandi

REDAZIONE

Via Sansonessa, 49 - 30021 CAORLE (VE) Tel. 0421/212348

- Fax 0421/81007 - E-mail: redazione@pizzaepastaitaliana.it

www.pizzaepastaitaliana.it

PROGETTO GRAFICO

Manuel Rigo, Paola Dus, Elena Cazzuffi

— Mediagraf lab

DIGITAL PUBLISHING

Maura Trolese

— Mediagraf lab

IN COPERTINA

illustrazione di Liubov Dronova

STAMPA MEDIAGRAF S.p.A.

Noventa Padovana (Pd)

COMITATO TECNICO E REDAZIONALE

Marisa Cammarano, Gianandrea Rorato, Caterina Vianello,

Alfonso Del Forno, Luciano Cescon.

AFFILIAZIONI INTERNAZIONALI

Pete La Chapelle (N.A.P.O. - Pizza Today, U.S.A.),

P.M.Q. Steve Green (U.S.A.).

PER INFORMAZIONI, SOTTOSCRIVERE UN ABBONAMENTO O RICHIEDERE UN ARRETRATO:

TELEFONARE AL NUMERO 0421 212348

dal lun. al ven.: 10:00 – 12:00 / 15:00 – 17:00

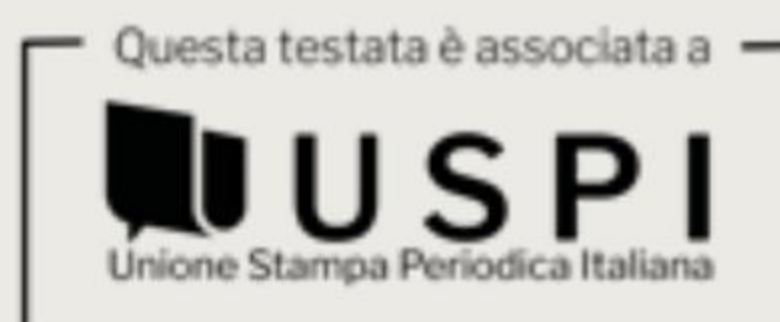
INVIARE UN FAX A 0421 83178

Servizio abbonamenti Pizza e Pasta Italiana

INVIARE UNA MAIL A:

abbonamenti@pizzaepastaitaliana.it

L'abbonamento può avere inizio in qualsiasi momento dell'anno e dà diritto a ricevere 11 numeri della rivista. L'abbonamento andrà in corso dal primo numero raggiungibile.



PER LA PUBBLICITÀ SULLE RIVISTE:

ITALIA Pizza e Pasta Italiana;

U.S.A. Pizza Today, P.M.Q.

TEL 0421.83148 — FAX 0421.81007



LINEA PIZZERIA

L'ARTE DELLA FARINA IMPRESSA NEL DNA.



a cura della redazione

prima pagina

Italmopa – Associazione Industriali Mugnai D'Italia: condivisibile il piano straordinario di controlli sul grano duro importato.

È opportuno monitorare anche i frumenti comunitari e nazionali

L'avvio, dal prossimo 14 novembre, di un piano straordinario di controlli, coordinato dal Masaf, sul grano duro importato rappresenta un'iniziativa pienamente condivisibile nell'ottica di un ulteriore incremento della trasparenza del funzionamento e delle politiche di approvvigionamento all'interno della filiera frumento duro. "La produzione italiana di frumento duro risulta strutturalmente deficitaria, in misura del 40 per cento, rispetto alle esigenze quantitative, e talvolta qualitative, dell'Industria molitoria nazionale la quale deve, a sua volta, rispettare i rigidi capitoli predisposti dall'Industria pastaria per ottenere un prodotto, la pasta, fiore all'occhiello dell'agroalimentare italiano, testimone dell'impareggiabile know how delle nostre Industrie di trasformazione e simbolo per eccellenza del nostro Paese" evidenzia Enzo Martinelli, Presidente della sezione Molini a frumento duro Italmopa... "Parimenti, l'Industria molitoria nazionale è pienamente favorevole all'affidamento di uno studio ad ISMEA volto a ricostruire la catena del valore nella filiera frumento duro" prosegue Enzo Martinelli "Peralaltro, il precedente accurato studio sulla catena del valore della pasta, pubblicato dalla stessa ISMEA nell'ottobre 2019 aveva fatto luce sull'incidenza dei prezzi di ciascuna fase di produzione e di trasformazione sul prezzo finale del prodotto pasta. Ed è opportuno sottolineare che, secondo tale studio, l'incidenza del processo molitorio ha rappresentato, nel decennio preso a riferimento, una percentuale particolarmente esigua - calcolata in misura del 6 per cento circa - rispetto al prezzo della pasta venduta al dettaglio."

VITO: il tuo successo con un fritto perfetto.

Un fritto eccezionale dipende in gran parte dalla qualità dell'olio che si utilizza. Durante la frittura l'olio si degrada velocemente a causa dei residui di cibo che rimangono nell'olio e che andranno a depositarsi sul fondo carbonizzando.

VITO® in pochi minuti filtra l'olio eliminando fino al 99,9% delle particelle grazie ai filtri in cellulosa biodegradabili e grazie alla potenza del microfiltraggio.

COME FUNZIONA?

A fine servizio è sufficiente posizionare VITO® nella friggitrice con olio bollente - a 180° C.

Premere il pulsante start e in meno di 5 minuti tutto sarà fatto. Veloce, pratico e sicuro in cucina.

VANTAGGI

L'olio filtrato e pulito renderà i fritti più dorati, più gustosi e molto più sani.

Il consumo dell'olio si può ridurre fino al 50%!

Altri vantaggi: pulizia friggitrici veloce e facile cambi d'olio ridotti meno manodopera.

I NOSTRI CLIENTI

VITO è perfetto per: trattorie e ristoranti Gourmet, mense, hotel, panifici/pasticcerie, catering, supermarket, navi crociera e anche street food/truck food.

Risparmio, qualità e ecosostenibilità: VITO è leader mondiale nel settore del filtraggio olio da oltre 20 anni.

Per info: www.vitoitalia.it o tel. 0438-460235.



MOLECOLA[®]
ITALIANA VERA



L'UNICA
IN ACQUA
MINERALE
NATURALE



visita il nostro sito



SCEGLI L'ITALIANA VERA

Consorzio Mozzarella Dop, Raimondo confermato presidente

Completata la nuova governance: Mandara e Letizia vice

Consiglio di amministrazione del Consorzio di tutela della Mozzarella di Bufala Campana Dop sceglie la continuità e riconferma Domenico Raimondo alla presidenza. Si completa così la nuova governance del Consorzio, all'insegna della compattezza d'azione per affrontare le sfide future.

Oltre che per Raimondo, la conferma è arrivata anche per la vicepresidente in quota trasformatori, Silvia Mandara, mentre cambia il vicepresidente per gli allevatori, ruolo affidato a Davide Letizia. Una scelta che punta a garantire un timone saldo alla guida del Consorzio, in una congiuntura storica ed economica complessa, che mette a rischio la redditività del comparto.

Il presidente Raimondo inizia così il suo quinto mandato «Innanzitutto, desidero sinceramente ringraziare i consiglieri che hanno voluto di nuovo indicarmi alla presidenza. Continueremo a mettere in campo un bel gioco di squadra, con l'obiettivo di affrontare con determinazione e lungimiranza gli scenari che abbiamo di fronte», commenta Raimondo e aggiunge: «Il voto dei soci ha portato alla nascita di un CdA fortemente caratterizzato dalla presenza di giovani, con 8 componenti su 11 che hanno un'età media di 37 anni. Un dato che rispecchia il passaggio generazionale che sta vivendo l'intera filiera. Proprio a questi giovani chiederò il massimo impegno e contributo di idee per costruire il Consorzio del futuro».



Le donne del vino festeggiano il 35° anniversario dalla fondazione a Firenze

Sarà presentata l'indagine "Donne vino e salvaguardia dell'identità culturale dei territori del vino" condotta da Marta Galli dell'Osservatorio Sustainable Wine Business and Enogastronomic Tourism

Le Donne del Vino celebrano il loro 35° compleanno con un evento che rivela, per la prima volta, il ruolo di sentinelle culturali dei produttori di vino nei territori in cui operano

Le Donne del Vino sono l'Associazione di enologia al femminile più grande del mondo. Nata nel 1988, conta oggi 1100 associate tra produttrici, ristoratrici, enotecarie, sommelier e giornaliste. Le Donne del Vino sono in tutte le regioni italiane coordinate in delegazioni. L'associazione è senza scopi di lucro e promuove la cultura del vino e il ruolo delle donne nella filiera produttiva del vino. Nel 2019 hanno costituito un network internazionale con 10 associazioni simili in altre parti del mondo. Durante la II^a Convention mondiale delle Donne del Vino ospitata al Simei Milano a novembre 2022, hanno siglato un patto internazionale di collaborazione con le rappresentati di Amuva - Argentina, The Fabulous Ladies' Wine Society-Australia, 11 Frauen und ihre Weine - Austria, Chile, Wow- Croazia, Femmes de Vin - Francia, Baia's Wine - Georgia, Vinissima - Germania, Women in Wine - Nuova Zelanda, Las Damas del Pisco - Perù. Le Donne del Vino italiane promuovono indagini sul gender gap nelle cantine e sull'uso del vetro leggero. La collaborazione con università e strutture formative ha permesso un forte incremento dell'attività didattica in favore delle socie specialmente nei settori del marketing e della comunicazione. Le Donne del Vino promuovono il turismo del vino e contrastano la violenza sulle donne con raccolte di fondi, convegni e azioni di sensibilizzazione come #tunonseisola. Maggiori notizie sono nel sito e nel blog www.ledonnedelvino.com oltre che nel mensile D-News inserto del Corriere Vinicolo.



Forni Valoriani,
da oltre 100 anni
al vostro servizio

Fornace dal 1890



Refrattari Valoriani Srl

Via Caselli alla Fornace, 213 - 50066 Reggello (Fi) - Italy

Tel. +39.055.868.069 - valoriani@valoriani.it

www.valoriani.it

a cura della redazione

Conserve di pomodoro: ecco le etichette con i tempi di cottura ispirate alla pasta

L'idea di Finagricola per esaltare le diverse varietà di pomodoro e per aiutare il consumatore in cucina

Dal mondo delle conserve arriva una novità: **le etichette rivoluzionarie che indicano i tempi di cottura per i pomodori, proprio come la pasta**, per valorizzare ogni varietà e le specifiche peculiarità di uno dei simboli iconici del made in Italy. Sapevamo già quanto questo aspetto fosse importante per la pasta, ma ora lo stesso principio viene applicato con successo ai pomodori in conserva, semplificando la preparazione e rendendo i consumatori più informati e consapevoli.

L'idea è di **Finagricola**, azienda con sede a **Battipaglia (Sa)**, che controlla una vasta coltivazione su **300 ettari**, ed è presente capillarmente nei settori Horeca e Grande Distribuzione Organizzata.

In generale, il pomodoro giallo, considerato il progenitore del pomodoro come lo conosciamo oggi, sia per la forma che per il colore, è tornato in voga dopo secoli di inutilizzo. Per questo, **molti consumatori si interrogano su come utilizzarlo e valorizzarlo**, spesso impiegandolo in cucina come un tradizionale pomodoro, senza considerarne le sue particolarità, come la sua **naturale dolcezza**, caratteristica che apre nuovi scenari nella gastronomia.

Per determinare **il tempo di cottura ideale del pomodoro** basterà seguire le istruzioni sull'etichetta per ottenere risultati perfetti ogni volta.



Il Natale 2023 di Molino Pasini

La parola chiave per il Natale 2023 di Molino Pasini è condivisione. Di intenti, di visioni, di bellezza e di bontà.

Torna, per il quinto anno, la latta natalizia d'autore da collezione, a racchiudere il panettone tradizionale glassato realizzato da Andrea Tortora con la farina Sua Altezza Molino Pasini.

A progettarela in esclusiva per Pasini, insieme al packaging che comprende sia la shopper in carta e il wrapping del panettone con carta alveolare e spago di iuta, è stato **AMD L CIRCLE**, lo studio multidisciplinare fondato da Michele De Lucchi. Una scelta che vuole mettere in risalto il valore del lavoro condiviso.

La Limited Edition d'autore 2023 vuole celebrare, come sempre in maniera magistrale, l'accostamento tra l'arte e la farina, un vero e proprio mantra della filosofia aziendale del molino di Cesole, lanciando anche un invito a pensare a ciò che verrà attraverso la frase che Michele De Lucchi ha scritto e firmato di suo pugno all'interno della confezione: "Che senso ha disegnare il futuro se non lo immaginiamo felice, positivo, responsabile?".

E che cosa c'è di più felice del pensiero di un lievitato da mangiare tutti insieme intorno alla tavola di Natale? Ecco quindi all'interno della latta d'autore il panettone tradizionale glassato, più che mai buono, morbido e rassicurante, perfetto per festeggiare il giorno più bello dell'anno condividendo gusto e felicità con i nostri cari.

Come ogni anno, la latta è prodotta in edizione limitata: le confezioni saranno in vendita dal 2 al 20 dicembre al prezzo di 60 euro più spese di spedizione, sull'e-shop di Molino Pasini.

Tutto il ricavato della vendita della limited edition sarà devoluto a CasaInsieme onlus, un'associazione di volontari nata con l'intento di assistere le persone affette dal morbo di Alzheimer all'interno di un ambiente familiare.

Al seguente link è possibile scaricare il materiale fotografico (a cura di Gianluca Bellomo):



Il tuo Talento, la nostra Tecnologia.

Ti aspettiamo a

SIGEP

THE DOLCE WORLD EXPO

**PAD. D3
STAND 014**

Ti aspettiamo a

HOSPITALITY

— IL SALONE DELL'ACCOGLIENZA —

**PAD. C1
STAND F13**

GAM[®]
international

a member of

MINERVA
OMEGA
GROUP


MADE IN ITALY

www.gaminternational.it

info@gaminternational.it

LE AZIENDE
INFORMANOWAICO
GROUP

Il gruppo italiano specializzato nel bakery, Pizza & Pastry equipment

★ STARMIX

vitella

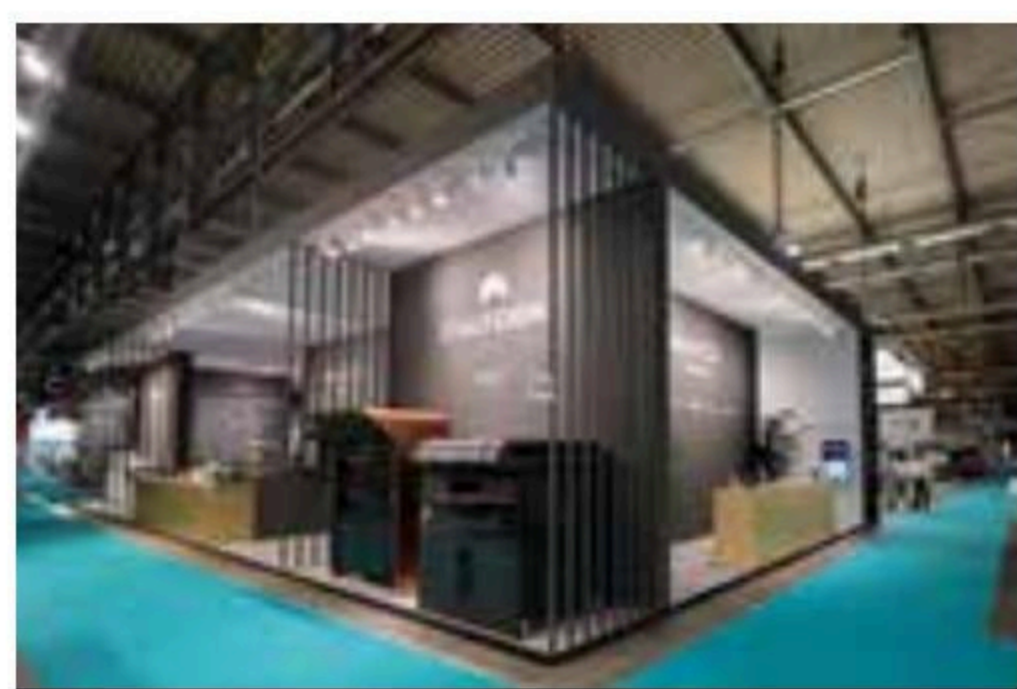
ITALFORNI

flamic

EFFEDUE

WAICO GROUP

Via Scotte, 1
Isola Vicentina 36033 (Vi)
+39 0445 1716598
info@waicogroup.com


www.waicogroup.com

Nato dall'unione di cinque aziende: Vitella, Effedue, Starmix, Flamic e Italforni. Insieme producono macchine e forni professionali scelti dai migliori professionisti dell'arte bianca nel mondo.

In occasione di Host 23, per la prima volta, il Gruppo Waico si è presentato in uno stand unico, dai volumi rigorosi e dalle geometrie essenziali, capaci di mettere in risalto l'identità dei singoli brand, i prodotti esposti e la forza di un nuovo gruppo che si posiziona, dopo soli 2 anni dalla sua fondazione, tra i nuovi leader di settore.

Con una produzione annuale di oltre 15.000 pezzi tra macchine e forni professionali, 2 stabilimenti produttivi con una superficie totale di oltre 14.000 mq, 90 dipendenti e 110 paesi di esportazione il Gruppo Waico non si pone limiti e continua la sua crescita come gruppo Italiano di riferimento per i settori della panetteria, pizzeria e pasticceria artigianale e industriale.

I 5 brand, eccellenze industriali per standard qualitativi ed affidabilità, garantiscono ai professionisti dell'Arte Bianca gli strumenti necessari per gestire al meglio tutte le fasi di lavorazione in laboratorio, facilitando l'efficientamento dell'intero processo produttivo.

Ogni singolo brand del gruppo Waico ha un'esperienza produttiva di oltre 30 anni ed ognuno è specializzato in un prodotto ben definito. Ogni macchina e forno presenta caratteristiche tecniche e peculiarità in linea con le esigenze del mercato, legate

a dimensioni ed ergonomia, tecnologia ed efficienza energetica, affidabilità e performance costanti, mantenendo sempre alti standard qualitativi.

EFFEDUE, lo specialista internazionale nel campo delle impastatrici. FLAMIC, punto di riferimento globale nella produzione di sfogliatrici. VITELLA, spezzatrici e arrotondatrici dal design inconfondibile e funzionale. STARMIX, la più grande famiglia di mescolatrici planetarie al mondo. ITALFORNI, brand di riferimento a livello globale nella produzione di forni elettrici e a gas.

Innovazione e sostenibilità sono i due capisaldi che determinano l'evoluzione futura del gruppo.

Innovazione nella produzione di macchine e forni sempre più intelligenti e performanti in grado di supportare il professionista durante tutte le fasi di lavoro attraverso input, programmi personalizzati ed app dedicate per la gestione da remoto. Sostenibilità come capacità aziendale di lavorare sul lungo termine, migliorando il benessere dei dipendenti e minimizzando l'impatto negativo sull'ambiente e sulle sue risorse.

WAICO GROUP A SIGEP 2024

A Rimini dal 20 al 24 Gennaio, Waico Group sarà presente con uno stand unico in cui presenterà le ultime novità di prodotto e attraverso due ampi laboratori a vista, si potranno osservare le macchine in funzione ed assaggiare una varietà di cibi dolci e salati seguendo Masterclass e Showcooking con i migliori professionisti del settore.

NATURA AD ALTA PRESTAZIONE



LA FARINA MADE IN ITALY PER I PROFESSIONISTI.

La qualità non è mai un caso e la **ricerca dell'eccellenza** è un impegno costante.

Le nostre farine sono **prodotte al 100% con energia proveniente da fonti rinnovabili** e ogni giorno il nostro obiettivo è quello di garantire a tutti i professionisti che si affidano a Le 5 Stagioni **elevata qualità e alte prestazioni**.

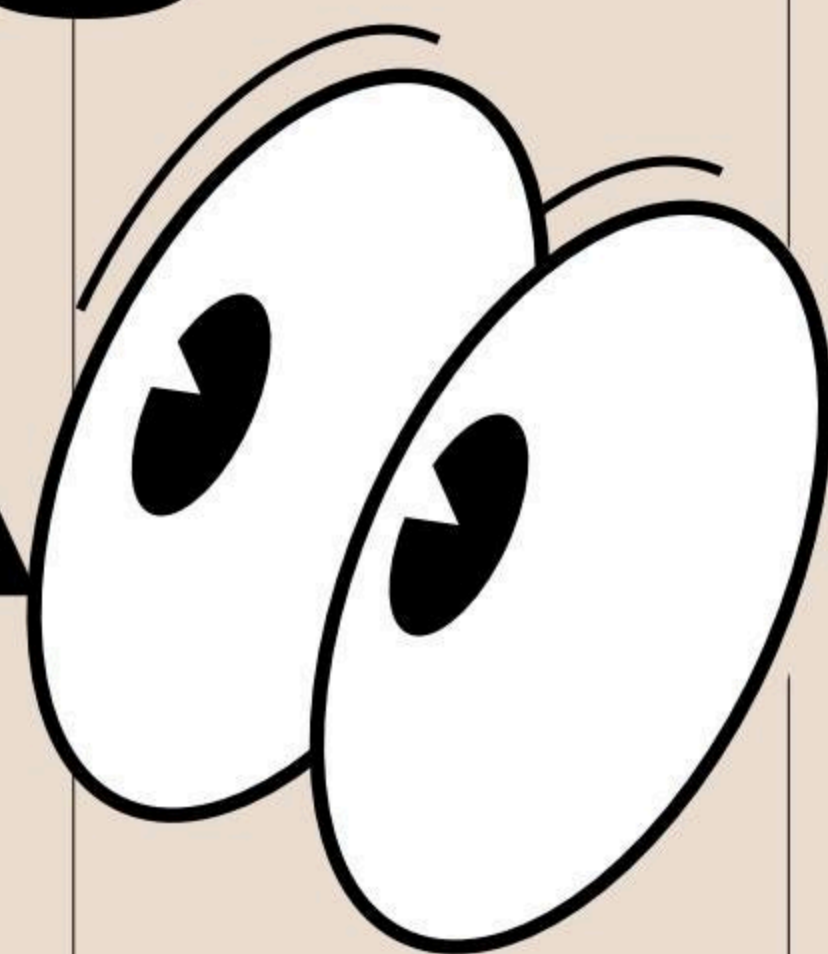
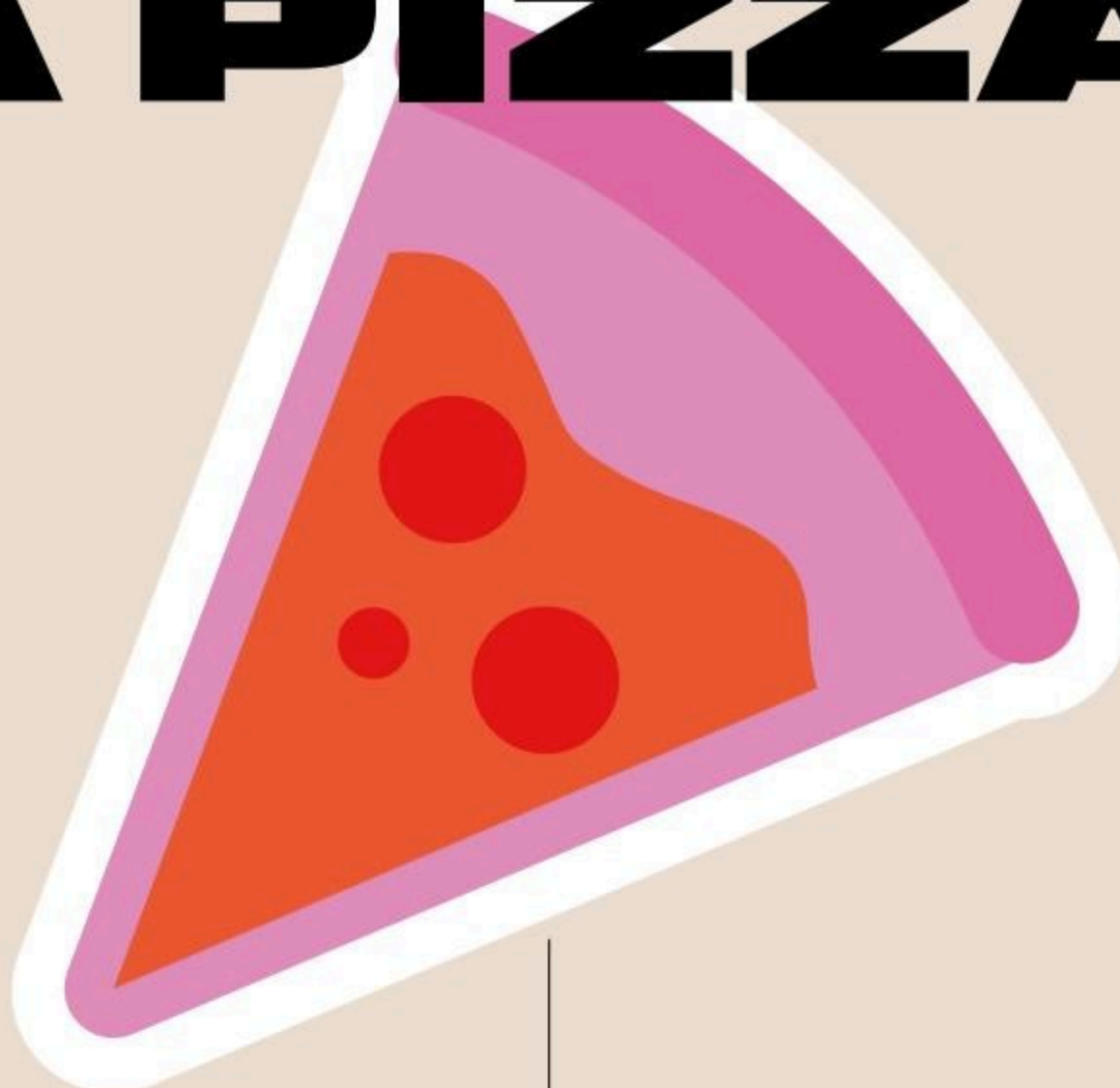


SCOPRI TUTTA LA GAMMA
DI FARINE LE 5 STAGIONI
pizzastories.le5stagioni.it





CAMPIONATO MONDIALE DELLA PIZZA 2024

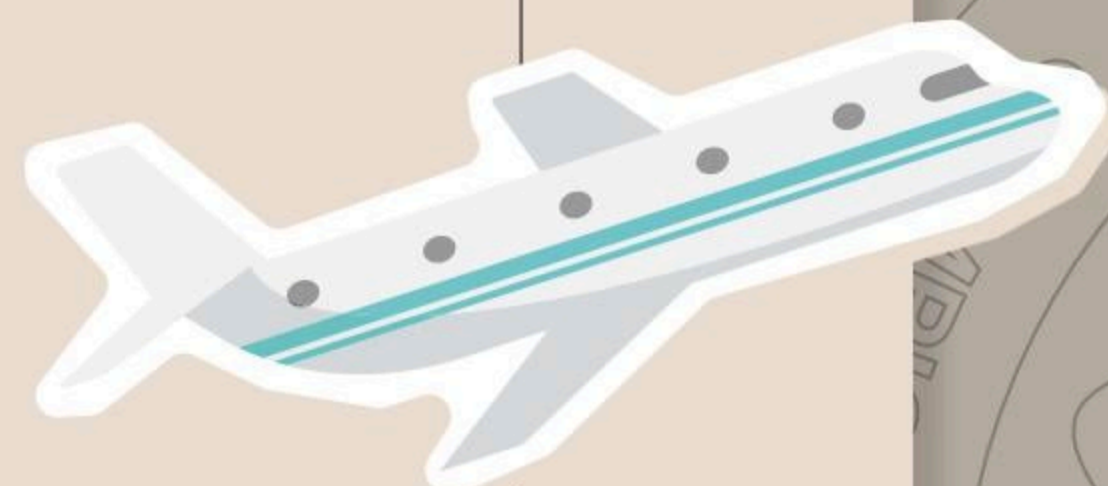


TAKE YOUR PLACE - TAKE YOUR PLACE

9, 10, 11 APRILE

PALAUVERDI, **PARMA**





ISCRIZIONI APERTE

REGOLAMENTO ED ISCRIZIONI:
www.campionatomondialedellapizza.it

CONTATTI:
info@campionatomondialedellapizza.it



Pizza World Championship

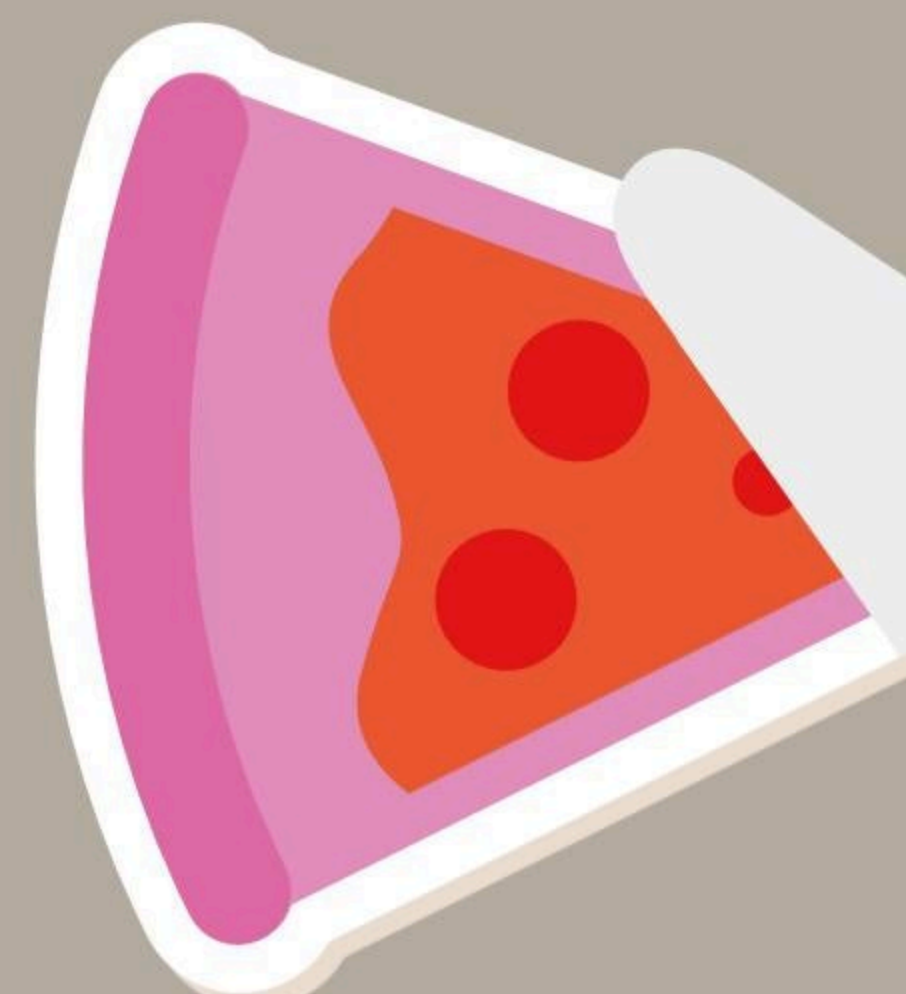


Campionato Mondiale della Pizza



**SCOPRI
SUL SITO
L'OFFERTA
EARLYBIRD**

Per le iscrizioni
effettuate entro
il **15 gennaio**



Dalle guide alle stelle

Che fine ha fatto la critica gastronomica?

di Antonio Puzi

A chi non è mai capitato di scrivere una recensione o di lasciare qualche stellina su *Google*, *TheFork*, *Trip Advisor* e simili per parlare (bene, ma soprattutto male) di un locale che abbiamo visitato o di un albergo in cui abbiamo pernottato? E a chi non è mai capitato di scegliere o meno un ristorante o un hotel in base alle recensioni reperite sui social? Ecco, sappiate che siamo tutti in buona compagnia e che questa pratica ha radici antiche. Prima però di arrivare ai giorni nostri, ricostruiamo un po' la storia di questo nostro "vizio".

Le origini

Volendo andare alle radici della narrazione gastronomica, il primo scrittore che dedica pagine al cibo è sicuramente Archestrato di Gela, vissuto sull'isola siciliana nel IV secolo a.C. Per la verità, Archestrato non girava le taverne del tempo ma raccontava i suoi viaggi alla ricerca di cibo e vino, soffermandosi su pani, selvaggi-

na e pesce. La sua ispirazione resterà tuttavia alquanto isolata, in quanto i successivi testi saranno essenzialmente dei ricettari fino a quando Alexander Grimod de la Reynière, nato nel 1778, *grand viveur* del suo tempo, amico di Danton e Robespierre ma, nel contempo, convinto monarchico, creò la "Società del Mercoledì" in cui ogni settimana si ritrovavano in 17 amici per parlare di gastronomia. La Società era di fatto una "giuria" di degustatori (che includeva anche le donne) che si riuniva per cene in cui venivano valutati cibi preparati da cuochi o inviati da ristoranti, i quali ricevevano poi un verdetto di lode o di biasimo che divenne col tempo talmente influente da poter fare la fortuna o la rovina del locale messo sotto esame. Nel 1803, la Società inizia a pubblicare l'*Almanach des Gourmands* di cui usciranno otto volumi, uno l'anno, tutti di grande successo. Le citazioni in giudizio di ristoratori scontenti portarono però nel 1812 alla cessazione delle pubbli-





cazioni. Nel corso dei nove anni, l'*Almanach* riportò storia, ricette, aneddoti, consigli, lettere di lettori e ricette contributi da tutta Europa. Si dirà che Brillat-Savarin si lascerà molto ispirare da Grimod, pur senza mai citarlo. Dopo Grimod, la prima critica di un ristorante apparirà sul *The New York Times* il 1° gennaio 1859 con il titolo di "How We Dine": il suo autore preferì rimanere anonimo per non "rischiare" di avere un trattamento migliore rispetto a quello di un qualunque ospite.

La madre di tutte le guide, però, la celebre "rossa" Michelin nasce invece nel 1898 da un'idea dei due fratelli fondatori dell'omonima fabbrica di pneumatici, Édouard e André Michelin: si trattava di una guida gratuita in grado di aiutare gli automobilisti durante i loro spostamenti in macchina, recante consigli, indicazioni stradali e punti di interesse. Visto il grande successo riscosso, i fratelli Michelin decisero nel 1920 di ampliare il manuale inserendo anche un elenco dei migliori

ristoranti e alberghi francesi e, nel 1926, le famose "stelle" fecero la loro comparsa per indicare la qualità più o meno alta di alberghi e ristoranti. Anche in questo caso, come per il *The New York Times* spettava a ispettori anonimi il compito di valutare le esperienze gastronomiche o di pernottamento.

La critica in Italia

L'Italia troverà il suo primo approccio alle guide nel 1908 grazie al giornalista tedesco Hans Barth, corrispondente del *Berliner Tageblatt*, che diede alle stampe *Osteria - Guida spirituale alle osterie italiane da Verona a Capri*, un volumetto di 68 pagine, reportage di un viaggio per le cantine e le osterie italiane che venne tradotto nella nostra lingua due anni dopo con la prefazione di Gabriele D'Annunzio e rinnovato poi nel 1921.

La svolta arrivò però solo molto più tardi, ovvero quando, nel 1975, l'allora direttore del *Corriere dell'informazione* (edizione pomeridiana del *Corriere della Sera*), Cesare Lanza, chiese a Edoardo



Raspelli di scrivere una pagina a settimana sui ristoranti, segnalando anche un locale che non gli fosse piaciuto per niente. Nacque così “il faccino nero”, ovvero la prima critica negativa nazionale che procurò addirittura all'autore minacce di morte dopo le critiche a “La vecchia Milano”, ristorante di proprietà del boss Francis Turtello. Tre anni dopo, Carlo Carac-

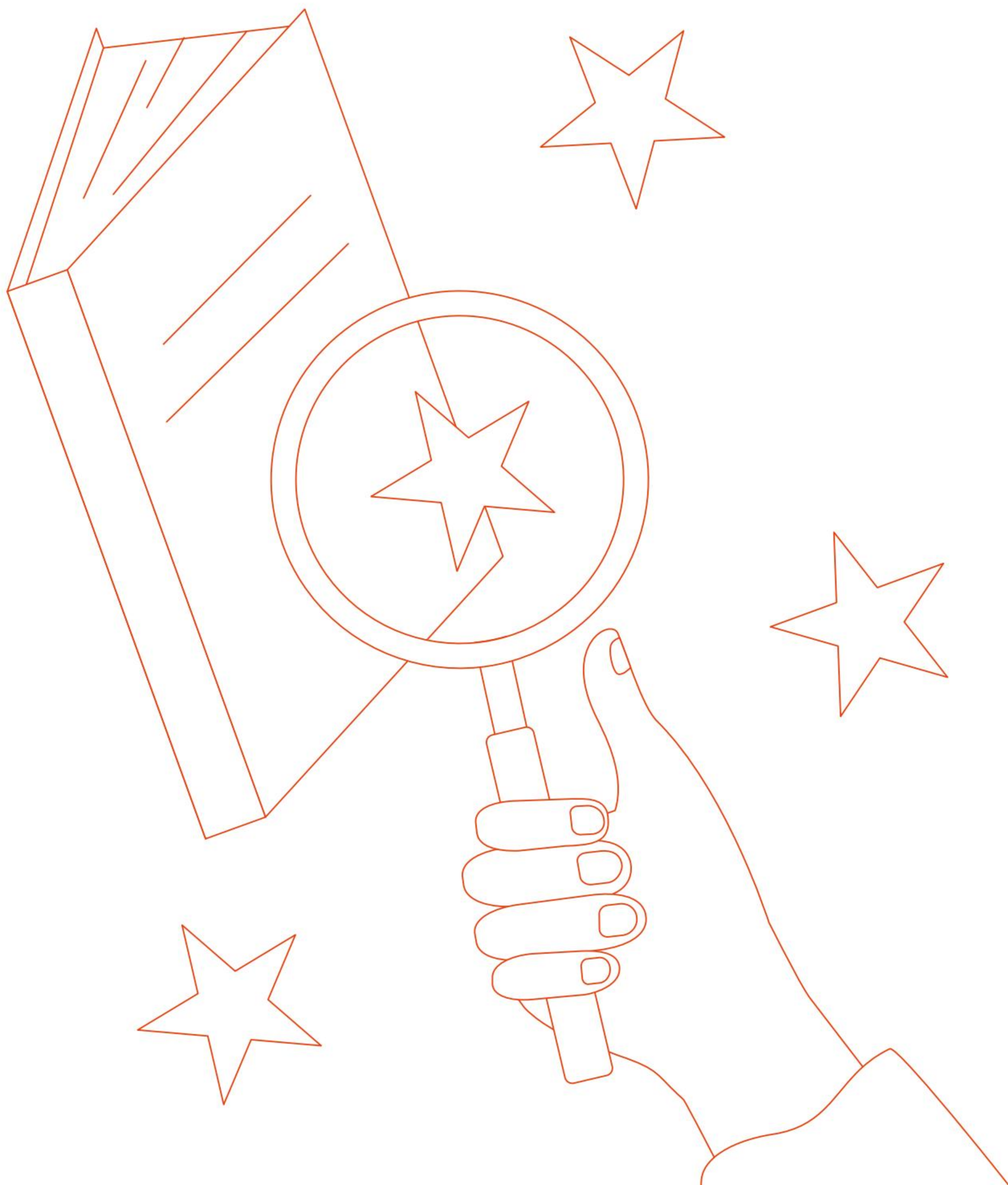


ciolo affidò a Raspelli la realizzazione della “Guida dell'Espresso” mantenendo anche i voti negativi. Piccola nota di colore: tra i quattro curatori, figurava anche Federico Umberto D'Amato, direttore dell'Ufficio Affari Riservati del Ministero dell'interno ma anche annoverato tra i mandanti della strage di Bologna. Visto il successo di Raspelli, gli emulatori divennero sempre di più: nel 1986 arrivò il Gambero Rosso, inizialmente sotto forma di inserto del quotidiano *il Manifesto*; nel 1989 nacque la rivista che state leggendo e che, per la prima volta, estese alle pizzerie la critica gastronomica. Nel 1990, arrivò infine Slow Food con *Osterie d'Italia*, che nel 2023 ha superato per numero di copie vendute la Guida Michelin italiana.



La critica “diffusa”

Nel 1979, Tim e Nina Zagat iniziarono a compilare da New York classifiche di ristoranti grazie alle opinioni degli utenti (all'inizio solo loro amici), realizzando la prima critica gastronomica in “crowdsourcing”. La guida ha iniziato a essere pubblicata annualmente raccontando altre grandi città, ritenute interessanti dal punto di vista culinario. È tuttavia solo con l'avvento del terzo millennio che le stelle si trasferiscono dal linguaggio gourmet alla quotidianità delle nostre esperienze. Nel 2000, Stephen Kaufer e Langley Steinert idearono un servizio per aiutare a selezionare il servizio più idoneo alle proprie esigenze attraverso le recensioni degli utenti, i quali, dopo aver fruito di un certo servizio, avrebbero potuto esprimere



CARUSO® IL FUTURO DELLA PIZZA NAPOLETANA

AD: Matteo Beraldi - Graphic: E. LEVA

SIGEP
THE DOLCE WORLD EXPO

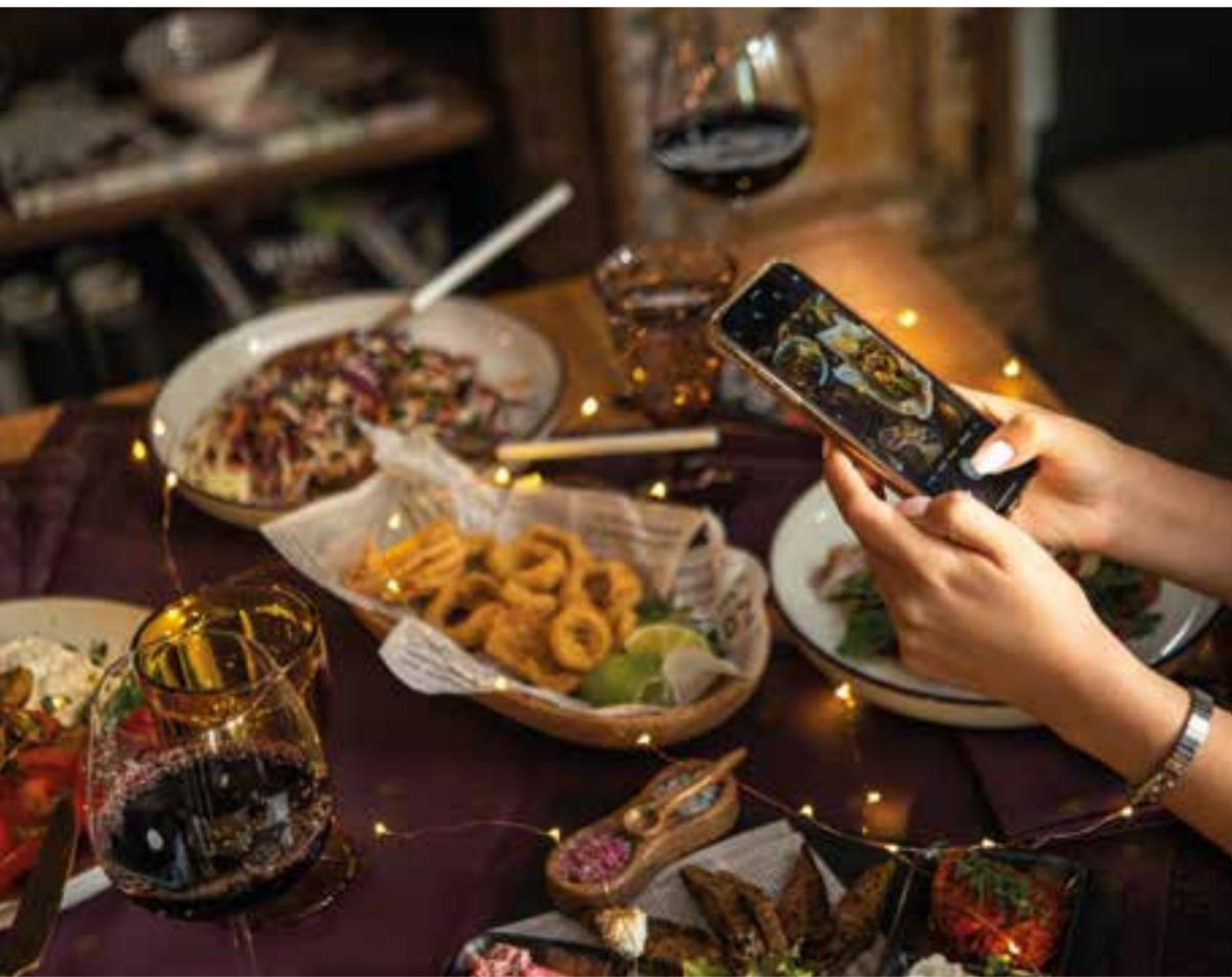
FIERA DI RIMINI
20-24 GENNAIO 2024
PAD. D7 - STAND 066



Caruso® è il primo **forno elettrico** che offre le stesse performance del tradizionale forno a legna, con una **temperatura massima di 530°C**. Il piano cottura in **biscotto di Sorrento certificato** ha una struttura porosa che rilascia il calore in maniera uniforme. Caruso® garantisce solidità, resistenza e **massime prestazioni** con **consumi minimi**.



Design: Lorenzo Remedi



modello che si ha in testa sono aziende, colleghi e altri animali dell'acquario: non gli appassionati, i consumatori disinteressati e curiosi di sapere”.

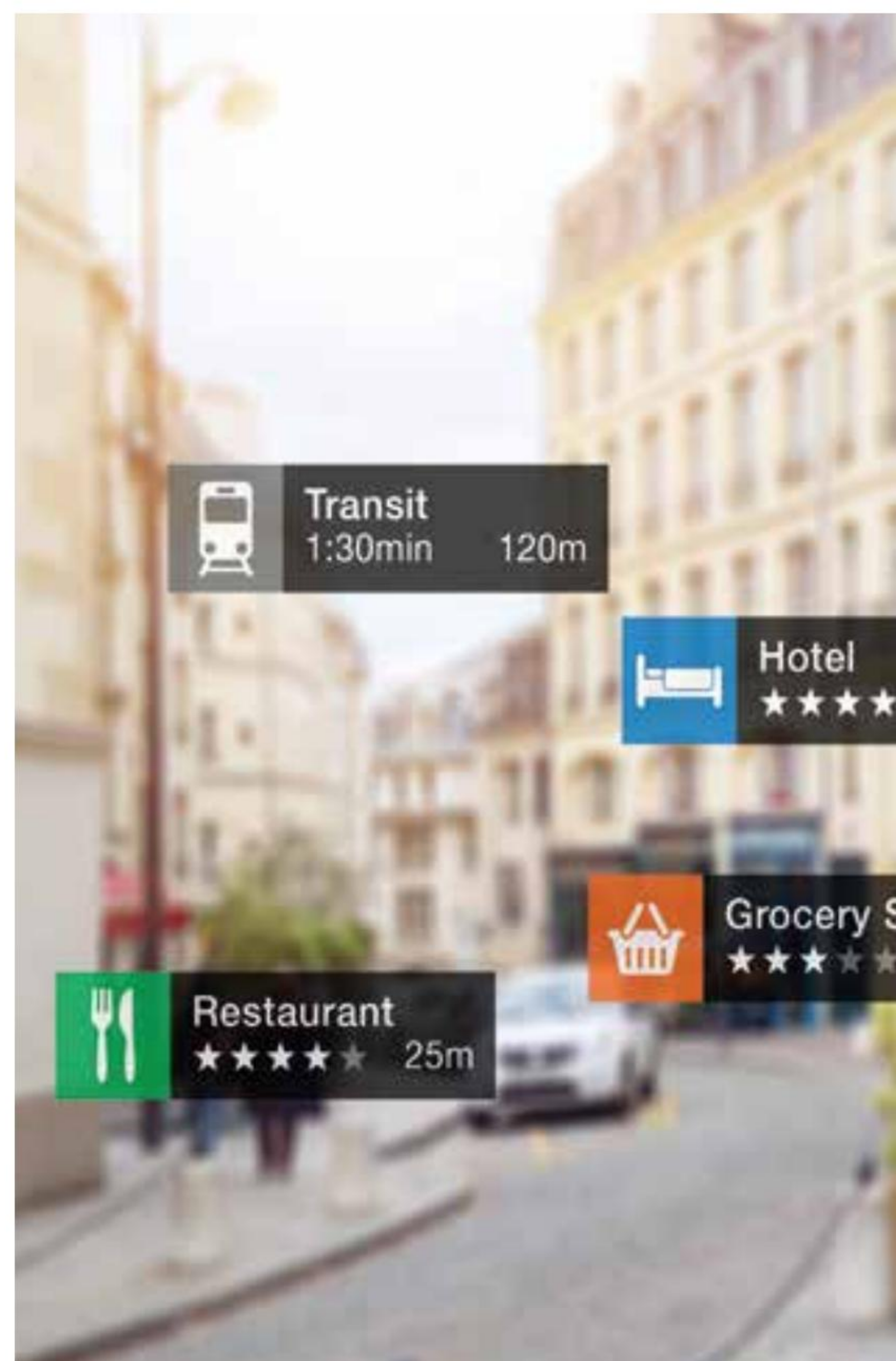
Ma a tutto questo c'è una soluzione? Sì, certo. C'è bisogno di recuperare con linguaggi nuovi l'amore per la diffusione della cultura gastronomica fatto con competenza, attrarre pubblico divulgando contenuti, sfruttare la società dell'immagine portando in essa il sapere. E, se vi sembra troppo astratto o comunque lontano dalla realtà, vuol dire che c'è ancora spazio per costruire il futuro: il segreto del successo è non sentirsi gli eroi di un mondo che pensiamo che senza di noi non esisterebbe... perché non è così.

un'opinione personale in merito e avrebbero potuto, in questo modo, indirizzare effettivamente gli utenti di tutto il mondo verso una struttura piuttosto che un'altra. A raccontarlo è l'esperto di strategia digitale Roberto Serra. Kaufer è il fondatore del colosso planetario *TripAdvisor*, padre di tutti i recensori online. Da lì, hanno preso spunto *Google* e infine *Facebook*, trasformando la critica gastronomica in un eterno reality 'social' show.

Quale futuro?

Da più parti si sente dire che la critica gastronomica è morta, che a contare davvero sono i clienti e che forse ha più valore una stella di *Google* che una della *Michelin*. Tutto dipende però a chi ci rivolgiamo. In un recente articolo, Alessandro Trocino, stimato giornalista del *Corriere della Sera* e autore, tra l'altro, del bellissimo libro *Popstar della cultura*, scrive: “Gli ultimi anni hanno visto il trionfo dell'intermediazione dei social e l'avanzata dei foodblog-

ger-influencer, prima su Instagram, poi su YouTube e ora su TikTok. Non la sperata democratizzazione, ma *una banalizzazione democraticista che ha portato perfetti ignoranti* — di cibo e vino, di cultura e di scrittura — *a parlare in termini entusiastici di locali mediocri con il non implicito patto di ricavarne prebende*, in termini di baratto medievale (pacchi di pasta, cene gratis etc) o di modernissime «marchette», con bonifico accluso”. Un'accusa pesante, certo ma forse un po' troppo parziale, ispirata dalle “rivelazioni” fatte a *La Repubblica* da un personaggio che personalmente ritengo di dubbio gusto ma che è innegabilmente molto apprezzato sui social, tal “Franchino er criminale”. Tra i due estremi, però, c'è di mezzo il mare del giornalismo, il cui limite odierno è raccontato da Alessandro Morichetti, tra i fondatori di *Intravino*, citato proprio da Trocino: “Molto spesso, i destinatari della stampa di settore sono produttori stessi e stakeholders vari (intermediari, consorzi, organizzatori di eventi...). Il lettore





DI MARCO

TASTE DIFFERENT



L'ORIGINALE PINSA ROMANA



Elevata **idratazione**
Leggerezza estrema
Croccantezza unica
Massima **digeribilità**



LE FARINE

LE BASI



Alta qualità per un successo genuino

www.dimarco.it



P I Z Z A
H A T E R S

gli attacchi social a pizze e pizzaioli

di Giusy Ferraina

Nell'era dei social network, la parola "hater", che tradotta letteralmente è colui che odia, è diventata fin troppo familiare. Se da un lato c'è una persona che si racconta, si mostra, dice o afferma la sua opinione e personale verità, dall'altro lato ci sono una o più persone che si sentono in obbligo di rispondere, polemizzare, andare contro, offendere, deridere, prendere in giro con parole cariche di sentimenti negativi, parole che puzzano di cattiveria.

Ma perché un'opinione contraria si deve trasformare in un'offesa? Libertà di parola e di opinione non vuol dire avere potere gratuito di offendere le

persone e il loro lavoro. E se poi vi dicessimo che tutto ciò accade non solo a influencer, modelle e vip ma anche a chef, pizzaioli, e ristoratori? Strano ma vero: oltre a Benedetta Rossi, anche i nostri "eroi pizzaioli" sono sotto attacco dei leoni da tastiera dietro cui si celano clienti insoddisfatti, sedicenti cultori della pizza che per difendere la tradizione mettono alla gogna social gli sperimentatori di turno e, a volte, anche colleghi un po' invidiosi sempre pronti a fare polemica. In questa democraticità e libertà di opinione che, da virtuale, diventa offesa reale, si è passati dalle recensioni negative, saccenti e a volte estreme, onnipresenti sulle varie piattaforme

dedicate (Tripadvisor, Yelp!, Google, Facebook) ai flussi di commenti sotto i vari post (da Facebook a Tik Tok a Instagram) che innescano delle vere e proprie azioni virali con botte e risposte infinite, odiatori che si sostengono a vicenda.

La causa che “motiva” tutto ciò è sicuramente la mancanza di conoscenza dei fatti, dei contesti, per cui una persona fa o dice determinate cose. Spesso ci si ferma al titolo *clickbait* (letteralmente: acchiappa click) di un articolo on line, si legge con superficialità o non si legge affatto ma si dà voce, anche a gran volume, all’istinto, senza filtrare.

Il miglior modo per capire il fenomeno è dare voce a chi gli attacchi li subisce e farci raccontare cosa scatena questo odio incomprensibile e darvi degli esempi concreti che abbiamo raccolto con cura.

1 - Giugno 2022:

va in onda la puntata di “Quattro Ristoranti” di Alessandro Borghese che vede in competizione lo chef **Danilo Canu**, di un ristorante di pesce a Milano. Nel montaggio finale, il cuoco non dà proprio il meglio di sé e diventa vittima dei social con minacce e, “finte” recensioni negative dopo la puntata. E la cosa si ripete ogni volta che viene trasmessa di nuovo.

2- Estate 2023:

L’Osteria del Tempo Perso di Ostuni rivolge un decalogo ai clienti prima della prenotazione; si tratta di indicazioni per motivi logistici in cui viene indicato anche il tempo a disposizione per cenare. Uno dei punti recita: “Accesso solo per bambini al di sopra dei sei anni. Non ammessi i cani”. E così è montata subito la polemica, una vera bufera sui social, che ha preso nel mirino il noto ristorante, costringendo i proprietari a intervenire per chiarire quella scelta.

3- Altra polemica tormentone:

è quella generata dalle dichiarazioni di **Claudio Amendola**, nella sua veste di ristoratore romano, dopo un’intervista uscita sul “Gambero Rosso” in

cui si parlava della difficoltà del mondo della ristorazione e della mancanza di personale. Sono bastate poche frasi estrapolate nel lancio, come: *“i giovani hanno paura della fatica”* per scatenare un’ondata di repliche in cui sono stati snocciolati i più vari luoghi comuni, l’attacco al personaggio famoso di turno e interventi completamente fuori tema, ovviamente senza aver letto l’articolo completo. Tra i vari: *“Ma cosa ne sai tu della fatica, che non hai mai lavorato?”*; *“Non vale come attore, figurarsi come ristoratore”*; *“E perché invece di lamentarsi sui social non va all’ispettorato del lavoro? Siete dei collusi pure voi così. Vuol dire che vi va bene”* ecc.

E nelle pizzerie cosa succede? Eccovi accontentati con gli eventi più “caldi” degli ultimi quattro anni.

2020

In piena pandemia, arrivano insulti, offese e l’augurio di fallire per il titolare della pizzeria “Romito” nel centro di Ca’ Tiepolo (Porto Tolle, Rovigo). La sua colpa? Aver chiesto il Green pass ai clienti anche per l’asporto, come da decreto legislativo. Contro di lui si è aperta una vera e propria gogna social che si è presto allargata coinvolgendo altri no vax (che magari nella pizzeria di Romito non sono nemmeno entrati) e il loro odio.



per districarsi in questa lotta a suon di cornicioni alti e alveolature che ha portato a Capuano visibilità, insieme a tante critiche. Dai titoli di alcuni magazine ai commenti social leggiamo: *“Vincenzo Capuano a Milano e quelle forbici ridicole per tagliare la pizza”*; *“Come si fa a tagliare la pizza con le forbici? È un atto osceno, non imitate”*; *“Fate i barbieri o i pizzaioli?”*; *“Sta moda di tagliare la pizza con la forbice, chi la capisce. La pizza contemporanea”*. E, se a tagliare la pizza con le forbici è un vip, la risposta è immediata: *“N’atu scemo che taglia la pizza con le forbici, pare ‘o caxx”*. Ci sembra poco di classe tradurre.

2023

E non finisce qui! Non pago delle critiche, infatti, Capuano quest’estate ha azzardato una pizza all’anguria, pubblicando su Instagram un video in cui ha mostrato tutti gli ingredienti necessari e i passaggi da seguire. Ma purtroppo questa novità non è affatto piaciuta ai suoi fan che lo hanno accusato di aver “ucciso” la pizza. I commenti sotto al video recitano quasi tutti che Capuano si è montato la testa: *“Ferragosto o pesce d’aprile? La fama vi dà alla testa!”*, mentre altri



ancora lo accusano di star ricercando popolarità all’estero e di proporre queste ricette folli per “acchiappare like” dagli americani, definendolo un vero traditore.

Il 2023 è stato però anche l’anno della farina di grilli, sperimentazione super attaccata, nata dall’idea dell’epidemiologo Claudio Voci che ha coinvolto il pizzaiolo Giuseppe Rosa titolare della pizzeria “Almiro” nella frazione Osteria Grande di Bologna. L’idea era quella di offrire un’alternativa al pubblico dei celiaci.

Quando la notizia si è diffusa, gli hater si sono scatenati subito nei confronti della pizzeria, addirittura con intimidazioni, tanto da far scattare anche delle segnalazioni alla Polizia Postale.

Come rispondere a tutto questo?

Non sempre è facile, spesso si innescano dialoghi infiniti, estenuanti e logoranti: chi viene attaccato, per sfinimento, alla fine si altera e rischia di passare all’offesa. Forse la migliore strategia è non dire nulla, anche perché si perderebbe un’infinità di tempo a star dietro a tutti e si darebbe loro l’importanza che alcuni non meritano di avere. Poi c’è chi decide di rispondere con ironia, un po’ provocando e un po’ prendendo tutto poco sul serio e scherzandoci su, come fa Roberto Susta sul suo profilo Instagram (@pizzaiolonapoletano),



Anche Salvatore Lioniello, patron di “Da Lioniello” a Succivo (Caserta) si è trovato in una tempesta di insulti da tastiera. Siamo nel 2020 e Lioniello mostra in un videotutorial per i suoi follower su come fare una pizza come la sua a casa, quando alle sue spalle si vede passare una piccola ombra che somiglia a un topo. E subito è partita una pioggia di insulti e accuse sui social. Il popolo del web non ha esitato e ha puntato immediatamente il dito contro il pizzaiolo al grido di *“vergo-gna!”*, *“la pizzeria è sporca e ci sono i topi”*. Ma la verità, poi spiegata dallo stesso pizzaiolo, è che quell’ombra altro non è che la testa del figlio che stava giocando e che spunta al di là del bancone.

2021

Sulla pagina Facebook di PizzAut, progetto di pizzeria inclusiva con i ragazzi autistici, una certa Simona aveva accusato, in un italiano non proprio perfetto, l’ideatore Acampora di *“essere una brutta persona, un untore che fa del male al prossimo”* sostenendo che *“gli autistici non dovrebbero mettere le mani in cucina, nei piatti in preparazione”*. La risposta intelligente è stata quella di aprire una seconda sede della pizzeria inclusiva.

2022

Tra i più gettonati c’è poi Vincenzo Capuano, chef e pizzaiolo napoletano, noto al grande pubblico per il taglio della pizza con le sue forbici d’oro. Nella pizzeria di Vincenzo Capuano, infatti, per ogni commensale al posto del coltello ci sono delle forbici dorate, che ovviamente servono a tagliare la pizza. Sicuramente una “trovata” di marketing, come affermano molti,



• **homé** HE 400



CUPPONE



• **homé** HE 400



CUPPONE



• **homé** HE 400



CUPPONE



   
www.cuppone.com

CUPPONE
YOUR PARTNER IN BAKING SINCE 1963



in cui risponde con dei video, quasi tutorial, alle critiche sulla sua pizza, con tanto di post originale sopra. Volete un esempio? C'è chi commenta con delicatezza e conoscenza del mestiere: *“Na bella figura e merda!!! Se avevi il forno alto la potevi tenere un po' sulla pala e la cuocevi a bocca di forno”* e Susta risponde con un video della sua pizza dicendo *“Stasera agg'ingar-rato proprio”*. O a chi gli scrive, forse per farsi un po' di autopromozione: *“Con i prezzi che hai e la lentezza nel far accomodare le persone, direi mille volte meglio Harba la Maison”* ed è così che si vede rispondere: *“E tu vuoi mettere, hai capito che io ho tre forni, due a legna e uno per il senza glutine... ma famme 'o piacere”*. Cercateli e fatevi due risate!

Altra nota dolente che accomuna le pizzerie più celebri è quello di sperimentare i sistemi di prenotazione online. Qui i clienti partono col dire che il pizzaiolo si è montato la testa. Non riuscire a prenotare genera infatti ondate di pesanti ingiurie e l'augurio di fallire. Il fatto che non ci sia posto si trasforma in una questione personale, un dispetto quasi che il



pizzaiolo vuole fare a quel cliente che da mesi prova a prenotare senza riuscirci. Per capire i toni, siamo andati a leggere i commenti lasciati nei post di “180g”, la nota pizzeria romana di Jacopo Mercurio dove puntualmente, sotto ogni post, leggiamo:

“Se solo si riuscisse a prenotare”; “Forse un anno di questi ce la farò”; “No grazie a mai più”; “Siete una chimera, impossibile prenotare, peggio delle visite con il cup”; “Impossibile prenotare, perché fate ancora pubblicità?”; “Ma fare come una volta e rispondere al telefono vi costa troppo? Dai, su, questa cosa che fate solo voi è ridicola”. E Jacopo Mercurio ci conferma anche la puntualità delle critiche sempre presenti ad ogni post pubblicato, da quelle sulle pizze gourmet con toni da *“non umiliate la pizza”* a quelle del tradizionalista di turno che dice che la pizza romana non è una pizza ma una piadina.



“Molti ancora non riescono ad accettare il fatto che siamo un locale conosciuto e da noi arrivano da ogni parte d'Italia e questo comporta anche doppio turno, tempi ristretti di servizio e poi non sempre disponibilità. Abbiamo studiato un sistema a 15 giorni, richiamiamo per conferma e rioccupiamo le disdette, spieghiamo sempre in modo cordiale come fare sia al telefono che in risposte ai commenti, ma riceviamo sempre aggressività. Molte persone non accettano un no e la negazione li riempie di rabbia e li mette nella posizione di mandarti letteralmente a quel paese. C'è chi ti attacca il telefono, chi fa anche finte prenotazioni o chi chiama o ci scrive per augurarci di chiudere perché meritiamo solo il fallimento. Oramai ci ridiamo su, è l'unica arma per sopravvivere.

E, per sdrammatizzare, abbiamo deciso di fare un adesivo da mettere in cassa con su scritto: Impossibile prenotare”.





Anna Rotella, direttrice di sala di “Bob Alchimia a Spicchi”, nonché responsabile delle prenotazioni, racconta:

“Qualche anno fa le prenotazioni erano telefoniche, il telefono era sempre occupato, squillava ininterrottamente e l'accusa che ci facevano era: tengono il telefono fuori posto, poi dicono che il locale è tutto pieno, vergogna! E come non menzionare la volta in cui delle persone hanno prenotato per 2 e una volta arrivati erano in 4 più passeggiino e, non avendo tavoli disponibili, ho ricevuto insulti personali, definita persona inutile, inadeguata, e addirittura il giorno dopo hanno scritto mail e messaggi per farmi richiamare o licenziare. Non contente, le stesse persone hanno contattato il Sindaco per ottenere il numero di Bob e chiedere una mia sospensione. Un'altra volta invece mi è stato detto che posso solo pulire cessi nella vita, il motivo? Sempre lo stesso, non c'era un tavolo disponibile. E c'è poi la storiella sulle prenotazioni finte: secondo alcuni, infatti, in realtà Bob è pieno per una questione di marketing, ai tavoli si siedono i nostri amici per far finta che il locale sia pieno e non i clienti che invece vorrebbero prenotare e non ci riescono, creando aspettative sempre più alte. C'è del genio in tutto ciò”.



Anna rivela però che le offese sono diventate anche piuttosto pesanti quando un cliente l'ha minacciata di picchiarla per avergli chiesto di metter via le posate che aveva portato da casa, in quanto da Bob non si usano le posate.

Converrete con noi che quando si arriva a ledere la dignità delle persone, non c'è molto da salvare. Qualsiasi motivazione, a nostro parere, non può essere mai così grave da giustificare tanta cattiveria e rabbia. Il cliente, insomma, ha sempre ragione, tranne quando ha torto.

GESTIRE LE ASPETTATIVE

*di Master Istruttore
Paolo Priore,
Responsabile Consulenze
Scuola Italiana Pizzaioli*



A giudicare dalle preoccupazioni dei ristoratori e gestori di pizzerie, le recensioni sono un elemento tenuto in grande considerazione. Ma quanto sono davvero importanti gli articoli giornalistici e i feedback dei clienti sulle piattaforme social per una pizzeria? Secondo uno studio del “Modern Restaurant Management”, il settore ristorazione è particolarmente influenzato dalle recensioni negative: il 61% dei clienti sceglie un locale dopo averne letto le recensioni e ogni stella in più sulle recensioni può significare un aumento delle entrate dal 5 al 9%. Come si può dunque gestire al meglio questo strumento potente? I quasi 30 anni di esperienza che ho maturato nel mondo pizzeria e quelli nella comunicazione digitale mi portano a dire che il 95% delle recensioni sono frutto di quello che viene fatto nel locale. Per questo, nei miei corsi per la Scuola Italiana Pizzaioli, porto i miei allievi a capire l'importanza di un approccio integrato fisico-digitale, perché siano non solo ottimi pizzaioli ma anche pronti per la comunicazione digitale, ad esempio con ore di formazione sulla food photography. Come ripeto spesso nei corsi, la trasparenza e l'onestà nella comunicazione sui social media sono fondamentali per non creare delusioni che portano a recensioni negative. La chiave per gestire la giungla delle recensioni social dunque è gestire le aspettative e inoltre offrire un'esperienza culinaria unica: spingere verso recensioni positive richiede un impegno costante nella scelta di materie prime di qualità (fresche o in scatola) e una lavorazione degli ingredienti personalizzata, che racconti una storia unica che meriti di essere raccontata, fotografata e recensita. Con l'avvento delle recensioni online, la sfida tra le Guide di settore e le piattaforme digitali è in evoluzione. L'equilibrio tra l'autenticità delle guide tradizionali e l'immediatezza delle recensioni online è la chiave per prosperare nel nostro mestiere. La gestione oculata delle aspettative e la dedizione alla qualità sono il nostro mezzo per attraversare con successo questo territorio digitale in costante evoluzione.

Ricevere recensioni positive è possibile?

di Domenico Maria Jacobone



Nel mondo iperconnesso nel quale viviamo, siamo oramai abituati ad orientare le nostre scelte cercando pareri online più o meno su qualunque cosa. Che l'oggetto di questa ricerca sia l'ultimo modello di forno, l'auto nuova, una miscela di caffè o la pizzeria più interessante del circondario, ci affidiamo alle recensioni online, ai pareri degli esperti, guardiamo video su più piattaforme e, se possibile, ci facciamo anche un'idea di prezzi e servizi. Qualcuno, magari non giovanissimo, scrive ancora sui forum dedicati a quell'argomento specifico... D'altra parte, chiunque abbia un'attività che vende prodotti o servizi cerca il "metodo" perfetto per accaparrarsi quante più recensioni positive gli sia possibile.



Nella mia personale classifica, ritengo che dopo le millenarie ricerche impossibili come quella degli unicorni o della pentola d'oro alla fine dell'arcobaleno, si possa collocare l'agognata ricerca del sistema perfetto per ricevere recensioni positive. Per fortuna, contrariamente ad unicorni e pentole d'oro, le recensioni positive esistono, sono possibili e sono frutto di un lavoro che interessa il ristorante sia nella parte reale che in quella virtuale. Uno studio recentemente condotto dall'Università del Texas ha rilevato che i ristoranti con alcune caratteristiche di base comune ma che offrono un'esperienza culinaria di alta qualità, un servizio eccellente e un'atmosfera accogliente hanno maggiori probabilità di ricevere recensioni positive. Non parliamo di un'analisi basata su una scoperta fantascientifica ma i ricercatori texani hanno il merito di aver messo in relazione molti

elementi che, presi singolarmente, talvolta scappano di mano e peggiorano le recensioni.

Un altro studio, condotto dall'Università di Harvard, ha rilevato che i ristoranti che rispondono alle recensioni online in modo tempestivo e professionale hanno maggiori probabilità di migliorare il proprio punteggio medio. Siamo esseri umani, animali sociali e poco importa se l'interazione avvenga direttamente o attraverso una tastiera: ci piace essere ascoltati ed ancor di più considerati.

Infine, uno studio condotto dall'Università di Stanford ha rilevato che i ristoranti che offrono "incentivi" ai clienti per lasciare recensioni hanno maggiori probabilità di aumentare il numero di recensioni ricevute.

Attenzione! A scanso di equivoci, tengo a precisare che nel mondo anglosassone la "raccomandazione" ha un'accezione molto diversa dalla

nostra concezione italiana molto vicina alla "spintarella". I ricercatori di Stanford intendono il termine "incentivi" come piccole attenzioni aggiuntive da dare alla clientela che si è dimostrata positiva nelle recensioni, a posteriori rispetto al voto espresso. Ovviamente un atteggiamento da non confondere con chi cerca di barattare un dolce o il liquore dopo pasto per un voto positivo...

Le recensioni che il ristorante riceverà saranno influenzate da una serie di fattori, tra cui i principali rilevati sono:

- * La qualità del cibo: le recensioni con foto che sottolineano la qualità del cibo sono quelle che ottengono i punteggi più alti. Lavorare ad una filiera certificata, indicare chiaramente gli ingredienti e connettersi alla produzione territoriale può diventare uno di quei segni distintivi rispetto alla concorrenza.
- * Il servizio: è uno dei punti vincenti di un'esperienza enogastronomica; infatti, le recensioni che elogiano il servizio sono quelle che ottengono punteggi elevati.
- * L'atmosfera: più che di ambiente, parliamo di atmosfera del ristorante perché è importante creare un'esperienza accogliente e positiva per gli avventori, cosa che facilmente si riscontra nelle recensioni con foto del ristorante.
- * Il prezzo: le recensioni che elogiano il rapporto qualità-prezzo ottengono punteggi elevati.



Cosa possono fare i ristoratori per migliorare la loro valutazione nelle recensioni online?

Innanzitutto, bisognerebbe cominciare dall'interno: i ristoratori devono essere la prima parte attiva nella ricerca continua del miglioramento della propria proposta enogastronomica. Solo in questo modo potranno essere direttamente influenti nel cercare di migliorare le recensioni online e offline.

Ovviamente, rispondere al meglio ai primi quattro punti aiuta a fare la differenza ma il mio consiglio è quello di non fermarsi mai, mantenendo una certa "tensione" alla ricerca di un risultato migliore e poi, raggiunto il massimo, cercare di mantenere la posizione. Sottolineo inoltre che le recensioni andrebbero verificate e



gestite sempre, nei limiti del tempo e soprattutto del rispetto reciproco: quando dovessero travalicare questo sottilissimo limite, si può sempre chiedere la cancellazione delle recensioni che sono palesemente offensive o irrispettose. Anche se qualche volta è dura, mai lasciarsi coinvolgere in "risse" verbali.

Organizzare eventi speciali o promozioni può essere un altro spunto per attirare l'attenzione dei clienti e incoraggiarli a scrivere recensioni a proposito di qualcosa di nuovo e diverso rispetto alla routine. Non ci dimentichiamo che le recensioni online sono semplicemente l'evoluzione del vecchio (e sempre utile) passaparola ma in versione digitale. In definitiva, questa tecnica di promozione si riferisce alla diffusione virale attraverso portali online, post, blog, social network, forum e altre piattaforme digitali del messaggio che si vuole far promuovere. In conclusione, sfatiamo un altro mito: "bene o male, purché se ne parli" non è un motto adatto alla ristorazione! Per chi non avesse risorse interne per gestire le

recensioni, la tecnologia ci sta dando un importante aiuto e si stanno diffondendo programmi che utilizzano AI per generare risposte che sono sempre più realistiche e vicine a quelle che avrebbe dato un professionista del settore.

La recensione più bella che riceverete resterà il sorriso di un cliente soddisfatto, le guance rosse di una bambina a cui per magia avete fatto comparire una caramella irresistibile o il lecca-lecca preferito. Per la cucina, la migliore recensione restano i piatti vuoti riportati a fine servizio. Questo online non si vede ma quel mezzo punto in più ve lo farà conquistare.

Chi legge una recensione, dietro al parere di chi è già stato vostro cliente, cerca professionalità ed attenzione. Se questi due ingredienti li avete già messi nell'offerta del vostro ristorante, nulla potrà darvi più soddisfazione di quel lampo di stupore, orgoglio ed ammirazione che balugina negli occhi del cliente che, appena entrato dalla porta del vostro locale, si sente chiamato per nome ed accogliere con calore.

L'Italia nel piatto.



CIRIO
1856

Alta Cucina

IL ROSSO TRICOLORE.

Dal tipico pomodoro lungo italiano,
nasce **Cuor di Pelato Cirio Alta Cucina**.

La sua polpa dolce, la consistenza densa e cremosa,
e il suo gusto incredibile rendono ogni pizza un capolavoro.
La nostra arte al servizio del tuo talento.



cirioaltacucina.it



Ristorazione
domani

LE STELLE CADENTI

**La cucina italiana sta rivalutando
le sue origini e la sua storia, imita
sempre meno la cucina francese**

di Giampiero Rorato



europea della cultura gastronomica; quindi alle repubbliche marinare – Venezia, Genova, Pisa e Amalfi – che portarono in Italia quanto di buono e interessante trovarono nei porti del Mediterraneo, del mar Egeo, del mar Nero e della costa orientale dell'Oceano Atlantico, l'Italia è sempre stata, fino al XVII secolo, la patria delle grandi cucine regionali, le più ricche, le più varie e le più godibili.

Poi, nel Settecento, prese il sopravvento nel nostro Paese la moda francese, essendo la Francia assunta, con Luigi XIV (1638-1715) ai vertici del lusso e dell'eleganza, anche in cucina, imitata in tutta Europa: dall'Italia, alla Russia, all'Inghilterra, tanto che, come ci ricorda il grande commediografo veneziano Carlo Goldoni, i patrizi e la ricca borghesia non erano contenti se non avevano al loro servizio un cuoco francese.

Nella ristorazione italiana sta succedendo un fatto nuovo. Dopo la lunga crisi pandemica che ha interessato molto, anche in Italia, la vita della gente, sono cambiati quasi d'improvviso - ma in meglio - i parametri di giudizio anche sull'alimentazione e sulla cucina. Si è riscoperto, o, meglio, si è preso atto – almeno dai cuochi più colti e più attenti - che l'Italia è il Paese più ricco del mondo per varietà e qualità di prodotti agroalimentari e che per secoli la cucina italiana, o, ad essere più precisi, la cucina regionale italiana, è stata la più apprezzata ed osannata, da quando, nel quinto secolo avanti Cristo, quindi circa 2500 anni fa, Miteco Siculo ha scritto il primo libro di cucina e, un secolo dopo, il poeta Archestrato di Gela, sempre in Sicilia, ha scritto addirittura un poema sulla cucina, venendo considerato dai posteri il primo gastronomo della storia. E, da allora, grazie ai coloni greci, giunti nell'Italia meridionale nell'VIII-VII secolo a.C.; ai Romani, che si avvalsero molto dei bravissimi cuochi e panettieri greci, e, nel Medioevo, al grande imperatore Federico II di Svevia che fece di Palermo la capitale



Ristorazione
domaniNEL TEMPI
MODERNI

Naturalmente quanto precede riguarda soprattutto le famiglie ricche, dal momento che i poveri, la stragrande maggioranza di cui nessuno o quasi si interessava, faticano ad avere due poveri pasti al giorno e non sempre ci riuscivano.

La Francia, dunque, a cominciare dal Settecento, divenne l'esempio da imitare in cucina, ancor più dopo la Rivoluzione del 1789, quando i grandi cuochi della nobiltà, perso il lavoro, aprirono per conto proprio dei "restaurants" a Parigi e nelle principali città della Francia, anche se c'era già fin dal 1765 un *restaurant* aperto da monsieur Boulanger, il "*Restaurant de l'estomac*", che cambiò totalmente la precedente cucina delle taverne. Fu comunque dopo la Rivoluzione francese che ebbe inizio la diffusione di questi nuovi locali, spesso raffinati, guardati con curiosità e poi imitati anche dai cuochi dei principali alberghi italiani, che presero un più marcato indirizzo francese quando venne in Italia il grande rinnovatore dell'ho-



tellerie, Cèsar Ritz (1850-1918), chiamato ad ammodernare e rilanciare alcuni grandi alberghi di località turistiche e termali. Intanto, nel 1898 viene lanciata in Francia la Guida Michelin, realizzata per indicare i migliori locali francesi dove fermarsi a mangiare, premiando quelli di più alta qualità con delle stelle. La guida ha successo e così nel 1959 viene lanciata anche in Italia, premiando già nel primo anno con la stella ben 89 ristoranti. Chi segue le vicende della ristorazione sa bene che la Guida rossa segue in Italia gli stessi schemi collaudati in Francia, aumentando il colonialismo francese sulla cucina italiana, quindi valorizzando l'abilità dei cuochi e lasciando in secondo piano i prodotti (che in Italia sono molti di più e spesso migliori rispetto alla Francia)

IL FELICE
RITROVAMENTO

E arriviamo al nuovo secolo con le sue novità. Negli ultimissimi decenni del secolo scorso e all'inizio di quello presente, a "comandare" nella cucina italiana non sono i cuochi bravi e seri ma i cuochi stellati, anche se in molti casi i due aspetti coincidono. Inizia, nel frattempo – era il 2011 – importata dall'Inghilterra, una serie di spettacolari trasmissioni TV denominate *Masterchef* che ottengono uno strepitoso successo, tanto che i vincitori sono chiamati



Che la forza sia con te!



SIGEP
20-24 GENNAIO 2024
FIERA DI RIMINI
PADIGLIONE D5
STAND 049

QUELLA CHE SOLO VIENNA TI PUÒ DARE!

*Per questo l'ho scelta per tutti i miei grandi lievitati. **100% naturale, senza l'aggiunta di enzimi e additivi**, garantisce **grande stabilità** in fase di impastamento e consente di raggiungere **idratazioni elevatissime**.*

Parola di Sebastiano Caridi, Maestro Pasticcere.

    [molinonaldoni.it](https://www.molinonaldoni.it)

LA FARINA AD ARTE

Ristorazione domani



e osannati nei teatri italiani e suscitano nei ragazzi un grande interesse per la cucina che si iscrissero molto più numerosi che in passato nelle scuole alberghiere.

Gli elementi che caratterizzano il primo ventennio del presente secolo sono: il successo della Guida Michelin, imitata poi da altre guide (Espresso, Slow Food, ecc.); il successo dello show televisivo *Masterchef* e la spasmodica speranza di molti ristoratori di ottenere una stella o una in più delle precedenti (se ce n'erano già).

Poi arriva il Covid e nulla sarà più come prima. *Masterchef* è sempre meno seguito, perché più spettacolare che utile, diretto da una ferrea regia che valorizza soprattutto gli impettiti giudici, che sono i veri protagonisti dello show. Pure le varie trasmissioni gastronomiche, molto ripetitive, risultano per lo più scarsamente interessanti se non unite allo spettacolo. Le stesse stelle Michelin, salvo rare eccezioni, contano sempre meno, sia per i gourmet e che per i ristoratori (già anni prima Gualtiero Marchesi le aveva rifiutate, bastando il suo nome a garanzia dei clienti).

La conseguenza? Le scuole alberghiere sono oggi meno appetibili rispetto al decennio scorso e diminuiscono gli iscritti, pur se non mancano la professionalità e l'impegno di dirigenti e docenti e sebbene – va detto – ci sono

sempre dei diplomati bravi e appassionati che emergono e fanno una splendida carriera... e per le esigenze della nostra ristorazione ce ne vorrebbero molti di più.

E la ristorazione? In questi ultimi anni ci sono ancora - nonostante molti show ed eventi gastronomici organizzati da giornali e aziende turistiche che vedono presenti, assieme a cuochi bravi e impegnati, anche cuochi mediatici o amici dell'organizzatore - dei cuochi ricchi di saperi e di cultura non solo professionale, che sanno valorizzare con intelligenza i prodotti italiani (penso a Massimo Bottura, a Nadia Santini e ad altre interessanti personalità della cultura gastronomica italiana). Questi veri grandi cuochi sono sapientemente riallacciati all'antica cultura di Miteco Siculo, Archestrato di Gela, Federico II e di quei tanti bravi cuochi che hanno continuato nel corso dei secoli a valorizzare la cucina regionale italiana, ignorando i barocchismi e le fantasie spesso mal interpretate della cucina francese, più attenta alle esigenze spettacolari richieste dai banchetti reali e imperiali (penso al grande Escoffier) che ad una seria cucina sana, buona, nutriente e soddisfacente (che, in verità, si trova anche in Francia, sapendola cercare).

E sarà questa la cucina cui guardare per riportare in auge, come merita, la cucina italiana, che, oltretutto, è colonna portante del turismo internazionale che fa tanto bene al nostro Paese e che è candidata a Patrimonio dell'Umanità.





IL TUO IMPERO INIZIA ORA. AVE, AVGVSTO!



TEMP. MAX 500°
CON MENO DI 10 KW



STAY GREEN
SENZA LEGNA



RISPARMIO
ENERGETICO



CUPOLA
PERSONALIZZABILE



DESIGN
PATENTED



AVGVSTO è il primo forno boutique a energia pulita. Per cuocere ogni tipo di pizza. Per semplificare il tuo lavoro, eliminando il caldo eccessivo con la barriera d'aria Air Trap System. AVGVSTO 6 e 9 pizze: la tecnologia di oggi nel rispetto della tradizione italiana.



FATTO IN ITALIA, AMATO NEL MONDO.

2023, l'estate calda degli scontrini

di Nio

Ne parliamo, come facciamo spesso, a bocce ferme. Quella del 2023 sarà ricordata come la lunga estate degli scontrini. Sì, è vero, ad accorgersene è stato soprattutto il popolo di Facebook ma anche gli altri social e "new media" non sono stati da meno. Complice il caldo che ci ha accompagnati fino a metà novembre in quasi tutta Italia, l'estate – soprattutto quella degli scontrini – non si è fermata infatti, come avrebbe dovuto, da calendario ma è andata ben oltre, arrivando fino agli acquisti dell'olio novello, messi a confronto con gli oli proposti a scaffale dai supermercati. Andiamo per gradi, però.

Ve l'avevo detto

In queste poche righe, consentitemi di dire: "ve l'avevo detto". Quando, a marzo del 2022, all'indomani dell'invasione russa in Ucraina, vi invitavamo alla cautela nell'inneaggiare a brandire le armi, scrivevamo esattamente così: "Ci siamo interrogati a lungo se una rivista che parla di pizza e di agroalimentare dovesse aprire con un editoriale sulla guerra ma la nostra risposta è stata: assolutamente sì. Dobbiamo aprire gli occhi, alzare la voce della Pace di fronte a queste urla sconsiderate di guerra, dobbiamo renderci conto che da una guerra nessuno può sentirsi escluso". E nessuno può sentirsi escluso, perché purtroppo la



guerra distrugge l'economia e crea nuovi equilibri geopolitici e socioeconomici. E noi, popolo poco avvezzo alla lettura delle informazioni fondamentali dell'etichetta (anche grazie a una comunicazione che favorisce la confusione), non avevamo ben compreso che da quell'area di conflitto proveniva buona parte delle materie prime su cui fonda la nostra alimentazione, in primis il grano e gli altri cereali.

E pensate che, ancora qualche giorno fa, leggevo in un comunicato stampa che una nota associazione di categoria aveva organizzato un convegno scientifico per gettare discredito sui cosiddetti "grani antichi" (pregandoci ovviamente di riportarlo su queste pagine) e relegando la parte economica della discussione solo a una postilla dopo interventi altisonanti sulle presunte falsità scientifiche (?) a essi collegate. E lì mi sono domandato: ma il problema dei prezzi vogliamo risolverlo veramente? Oppure vogliamo ampliare il divario tra le classi sociali? L'aumento delle materie prime è un fatto



di non poco conto: se i carburanti arrivano con difficoltà, se le merci viaggiano con non pochi ostacoli, è evidente che i prezzi di acquisto di prodotti provenienti dai mercati internazionali aumentino con una conseguente pesante ricaduta sull'intera filiera.

Un nuovo sport nazionale: la pubblicazione degli scontrini sui social

Quella sui prezzi non ritenuti giusti dai consumatori non è tuttavia una polemica nata negli ultimi mesi ma s'insinua in profondità sui social network da ormai diverso tempo. A darle eco sono soprattutto i quotidiani che, alla ricerca di lettori, riprendono quei post più sensazionalistici per fare massa critica e aumentare i clic, salvo poi riprendere gli stessi temi negli approfondimenti della carta stampata in maniera più laica e rivolti a un pubblico di cultura medio-alta. Il discorso sull'etica di chi scrive è talmente complesso che non mi va di affrontarlo in queste poche righe ma lasciatemi dire che quasi sempre chi pubblica uno scontrino ha torto. Qualche

tempo fa il pizzaiolo napoletano Errico Porzio fu coperto da una marea di insulti perché aveva giustificato il costo della pizza di Carlo Cracco all'interno del bistrot della galleria meneghina. Inutile dire che Porzio aveva ragione, perché argomentava quella "difesa". E gli altri avevano torto. E provo a dirvi perché: dietro il prezzo di un prodotto si celano diversi fattori, tra cui le materie prime e i costi di gestione del locale (le utenze, l'affitto o l'ammortamento della spesa d'acquisto e il personale) ma anche, per esempio, il *brand positioning* che possiamo sintetizzare nell'allineamento dei prezzi di un menù rispetto al valore riconosciuto di quel marchio. È per questo che un espresso che gustiamo seduti in uno dei caffè storici di piazza San Marco a Venezia o di piazza del Plebiscito a Napoli non potrà costare quanto un caffè preso al bancone di un bar della periferia romana. E non è per discorsi di classe ma per necessità di stare sul mercato. Ho il piacere di spostarmi spesso tra la Campania, mia terra d'origine e il Piemonte, dove svolgo parte del mio lavoro. Al mattino, quando sono in Campania, faccio colazione in un bar nelle vicinanze della



stazione di Aversa e pago per un caffè e una polacca (brioche tipica del luogo) 2 euro. Quando sono in Piemonte, non spendo meno di 2,60 euro e il costo non cambia se prendo un croissant decongelato o uno appena sfornato dopo la lievitazione notturna in pasticceria. Vuol dire che i campani sono meno intelligenti e i piemontesi meno onesti? Nessuna delle due! Perché, se mi sposto di qualche centinaio di metri quando sono dalle mie parti e scelgo una rinomata pasticceria aversana, pago la stessa cifra che mi viene richiesta in Piemonte. A far cambiare i prezzi, è il costo della vita che è la risultante di un complesso sistema di interazione tra la domanda e l'offerta.

E veniamo alla questione che ha infervorato l'estate: l'**addebito del piattino per la suddivisione di un toast**. Ora, parliamoci chiaro: se voglio avere la possibilità di mangiare un panino in piazza della Signoria a Firenze, posso sedermi in un bar del posto ma, se siamo in quattro e scegliamo un solo panino, io sto occupando un posto per 4 persone e quel locale dovrà farmi pagare il coperto. Il modo in cui sceglie di farlo



è legato alla propria visione di marketing ma il concetto è assolutamente corretto. Come riprova, provate a sedervi in quattro in un bistrot francese che non comprende il servizio e il coperto e vedete cosa vi rispondono...

L'olio extravergine di oliva e l'economia tricolore

La questione che però mi ha forse più sorpreso è stata quella legata all'olio extravergine di oliva. Ho visto rincorrersi, tra fine ottobre e inizio novembre, pubblicazioni di foto di bottiglie di olio sugli scaffali dei supermercati, proposti a prezzi non inferiori ai 6-7 euro al litro. Ora, la mia domanda è: ma davvero non ci eravamo chiesti prima come mai il prezzo fosse invece troppo basso? E solo ora ci rendiamo conto che su quell'etichetta è indicata la provenienza come "realizzato con oli provenienti da Paesi UE ed extra-UE"? Produrre in Italia e acquistare in Italia non è dunque principalmente una questione di salute: i nostri

prodotti non sono necessariamente migliori di quelli che arrivano dall'estero... se la pensate così, conviene che non mangiate più prosciutto di Pata Negra. E sarebbe un vero peccato per voi. La questione più importante è che non possiamo ricordarci di acquistare prodotti italiani solo quando quelli della grande distribuzione provenienti dall'estero rincarano troppo, perché rischiamo di perdere aziende produttrici che non hanno clienti a sufficienza per sopravvivere e, nel momento del bisogno, non avere più alternative.

Francamente, non credo nel valore assoluto del "km. 0" ma credo nell'economia circolare e nella possibilità di ciascuno di essere protagonista nella tutela del patrimonio enogastronomico più buono che ci sia, quello della cucina italiana, candidata a Patrimonio mondiale dell'umanità.





Il Chicco dalla terra alla tavola

GRANDI MOLINI ITALIANI S.P.A.
Via dell'Elettricità, 13 30175
Venezia
0415098511



Grandi Molini Italiani è un'impresa storica d'Italia, specializzata nella macinazione del grano fin dal lontano 1886. Il gruppo molitorio vanta cinque impianti attivi in tutta Italia, uno tra i quali spicca per la sua notevole capacità produttiva: si tratta del Molino di Venezia, il più grande d'Europa. In questo contesto, da anni vengono organizzate visite guidate ed esperienze su misura per gruppi privati e studenti di ogni età interessati a vivere una giornata indimenticabile alla scoperta della farina e del funzionamento di un Molino contemporaneo.

L'Esperienza si articola in quattro momenti distinti: nel corso della mattinata i partecipanti prendono parte ad un laboratorio interattivo, coordinato dal Tecnologo dello stabilimento, sulle tecniche di lavorazione e di lievitazione degli impasti; al termine del corso segue un pranzo degustazione con pizze, focacce e altri prodotti da forno, realizzati con le farine del Molino.

Nel pomeriggio gli ospiti visitano lo stabilimento attraverso un tour guidato che ripercorre tutte le tappe del viaggio del chicco di grano, dal momento del suo arrivo al Molino alla nascita della farina e della semola. La giornata si conclude con la consegna degli attestati di partecipazione e dell'esclusiva shopper omaggio contenente una selezione di farine Grandi Molini Italiani e alcuni gadget.

La proposta di visita "Il Chicco dalla terra alla tavola" può essere calendarizzata fino a giugno 2024 previa prenotazione. Rappresenta un'opportunità unica per vivere in prima persona la magia della molitura e dell'Arte Bianca in una cornice suggestiva, a pochi minuti da Venezia.

Guarda il video che riassume l'esperienza!



Recensioni e bilanci: il collegamento c'è?



di **Domenico Maria Jacobone**

Recensioni online e fatturato hanno un legame sempre più stretto. Le recensioni dei fruitori (clienti / visitatori ecc...) sono da tempo parte integrante dell'esperienza di consumo fuori casa e questo vale ancor di più per il settore della ristorazione. I clienti, prima di scegliere un ristorante, cercano su smartphone il luogo, guardano foto, valutano i punteggi. Sempre più spesso la clientela orienta

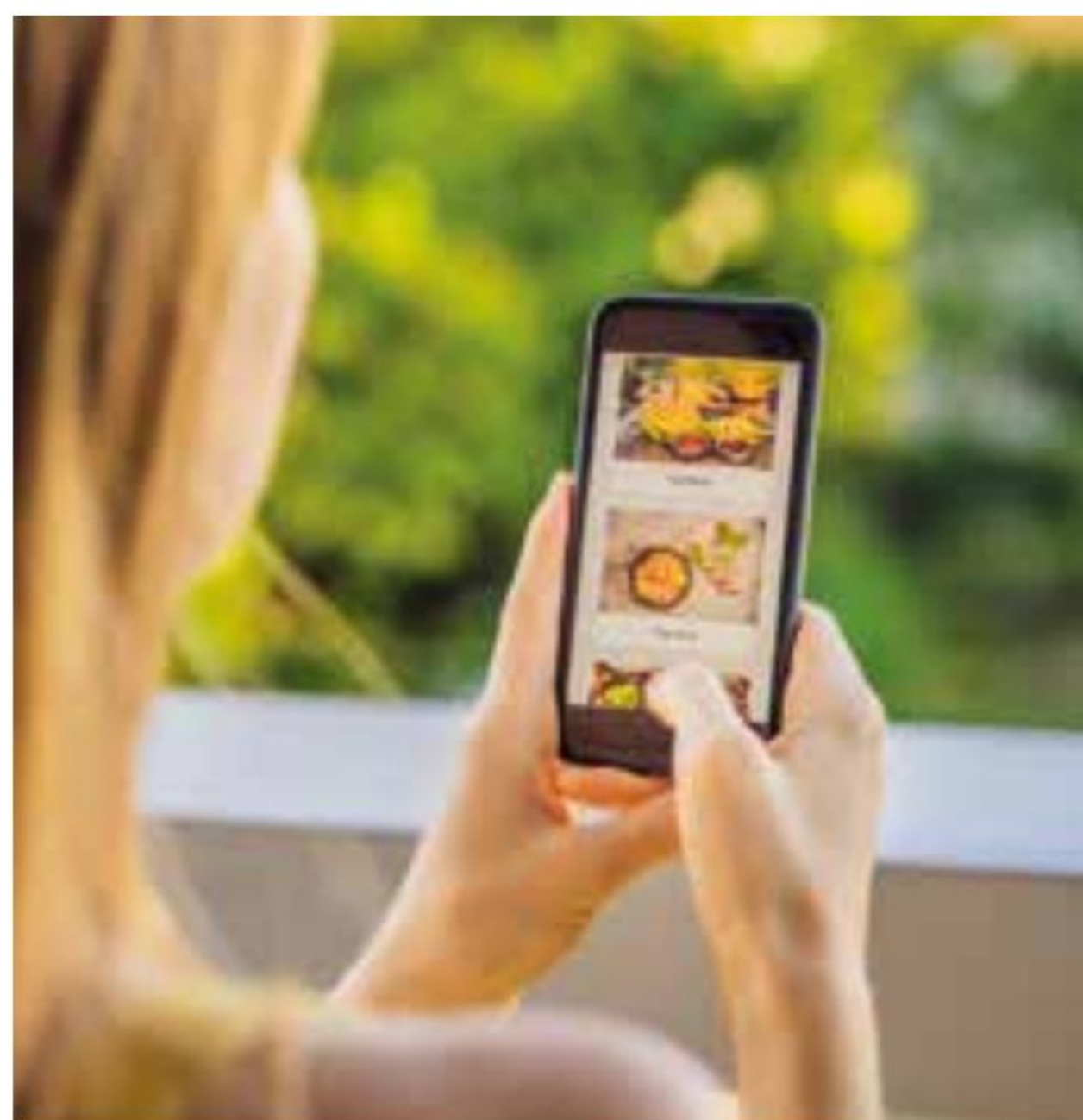
la sua scelta leggendo le opinioni di altri utenti: quest'ultimo passaggio è quello fondamentale e quindi è quello che più significativamente può avere un impatto diretto sul successo o meno di un'attività. Ovviamente questo si riflette in modo direttamente proporzionale sul fatturato e quindi sul bilancio del ristorante. Uno studio globale, condotto da *TheFork* nel 2022, ha dimostrato che le recensioni online sono il fattore più importante per i clienti nella scelta di un ristorante. Lo studio ha rilevato che il 78% dei clienti legge le recensioni online prima di prenotare un tavolo, e che il 61% dei clienti ha scelto un ristorante in base alle recensioni. Uno studio realizzato da *Yelp!*, una delle principali piattaforme statunitensi di recensioni online che ha un servizio di prenotazione di ristoranti chiamato *Yelp Reservations*, ha rilevato che i ristoranti con un punteggio di 4 stelle o superiore ottengono un numero di prenotazioni superiore del 30% rispetto ai ristoranti con un punteggio inferiore. Inoltre, i ristoranti con un punteggio di 5 stelle ottengono un numero di prenotazioni superiore del 50% rispetto ai ristoranti con un punteggio di 4 stelle. Questo legame tra recensioni e prenotazioni conferma dunque quanto era già emerso negli USA attraverso uno studio condotto da *Harvard Business Review* e pubblicato sulla medesima rivista nel 2021. Lo studio americano ha rilevato che i ristoranti con un punteggio medio di 4 stelle su *TripAdvisor* hanno registrato un aumento del 15% delle prenotazioni rispetto ai ristoranti con un punteggio di 3 stelle. In uno studio precedente, realizzato dalla *Harvard Business School* e pubblicato



nel 2018, a tal proposito si è preso come parametro le recensioni lasciate dagli utenti su *Google* in relazione ai ristoranti visitati. Nei rilevamenti pubblicati, è stato dimostrato che in base alla quantità di stelline lasciate dai clienti (indice di gradimento da 1 a 5), messe in relazione alla quantità di recensioni pubblicate, c'è una corrispondenza tra l'aumento di stelle ed il fatturato. I risultati ottenuti dimostrano fattivamente che nella media statistica all'aumento di ogni stella nel punteggio di un ristorante, (rispetto al periodo precedente), si può ottenere un proporzionale aumento del fatturato nell'ordine del 5-9%.

Tirando le somme, le recensioni online hanno sicuramente un impatto significativo e crescente sul bilancio della ristorazione. Come diretta conseguenza, i ristoranti che ottengono recensioni maggiormente positive sono più propensi a registrare un aumento delle prenotazioni e dei ricavi e ad attrarre nuova clientela quando un cliente potenziale si avvicina per la prima volta alla scelta di un ristorante che non conosce. I crudi numeri spesso non ci aiutano a comprendere completamente il processo ma possiamo realizzare insieme un classico esempio di esperienza di scelta con un breve racconto immaginario.

Interno di casa vostra: siamo seduti sul divano a conversare di lavoro e questioni personali, è tardo pomeriggio ed oggi è il vostro giorno di chiusura. Per fare quattro chiacchiere in amicizia, visto che ero di passaggio nella vo-



stra città, sono venuto a trovarvi a fine lavoro ma, tra una parola ed un'altra, il pomeriggio è volato e la cena incombe: quale migliore occasione di andare a fare un salto fuori casa, magari per vedere la nuova pizzeria o il nuovo ristorante che hanno aperto poco lontano da voi? Sarà aperto?

In un attimo si materializzerebbero almeno tre smartphone, ognuno di noi cercherebbe il "famoso" concorrente nelle vicinanze e, palesemente in conflitto d'interesse con una disinteressata cena tra amici, andremmo a leggere le recensioni e guardare le foto. Poco importa che a breve probabilmente vivremo l'esperienza direttamente, ci interessa capire se fa al caso nostro. In rapida successione ci troveremmo a consultare in quest'ordine: valutazione della posizione, orari di apertura, foto, menù (se c'è), recensioni pubblicate. Fin qui un percorso comune ma arriviamo al momento clou: la scelta.

caso 1

Alla lettura del vario materiale reperibile online, le recensioni si confermano estremamente positive. Seguono due minuti d'invidia e poi faremo una telefonata o prenoteremo il tavolo online, scegliendo l'itinerario migliore che ci propone lo smartphone e partiremo con la nostra app di navigazione pronti a goderci la serata.

caso 2

Recensioni tendenzialmente negative.

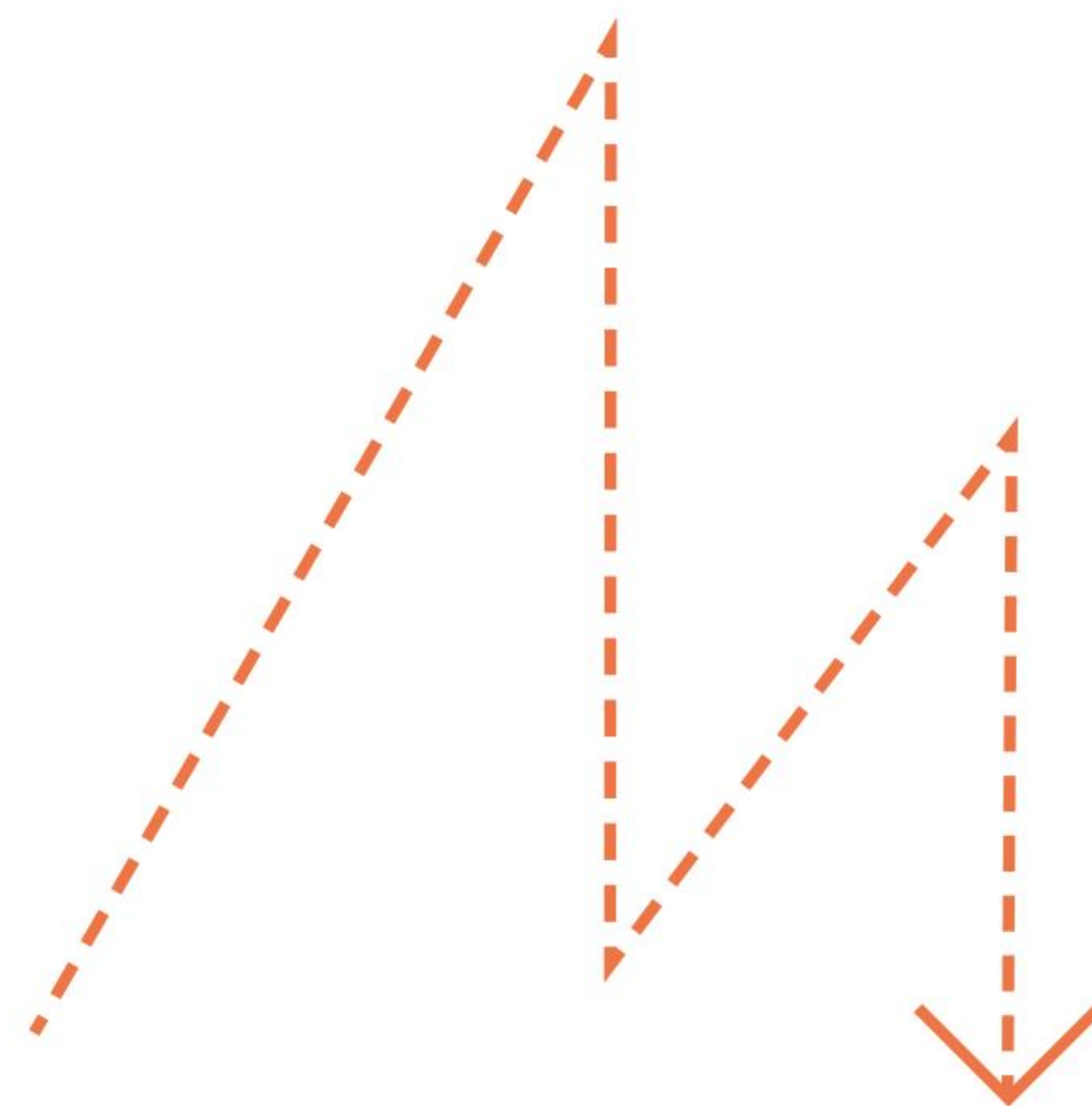
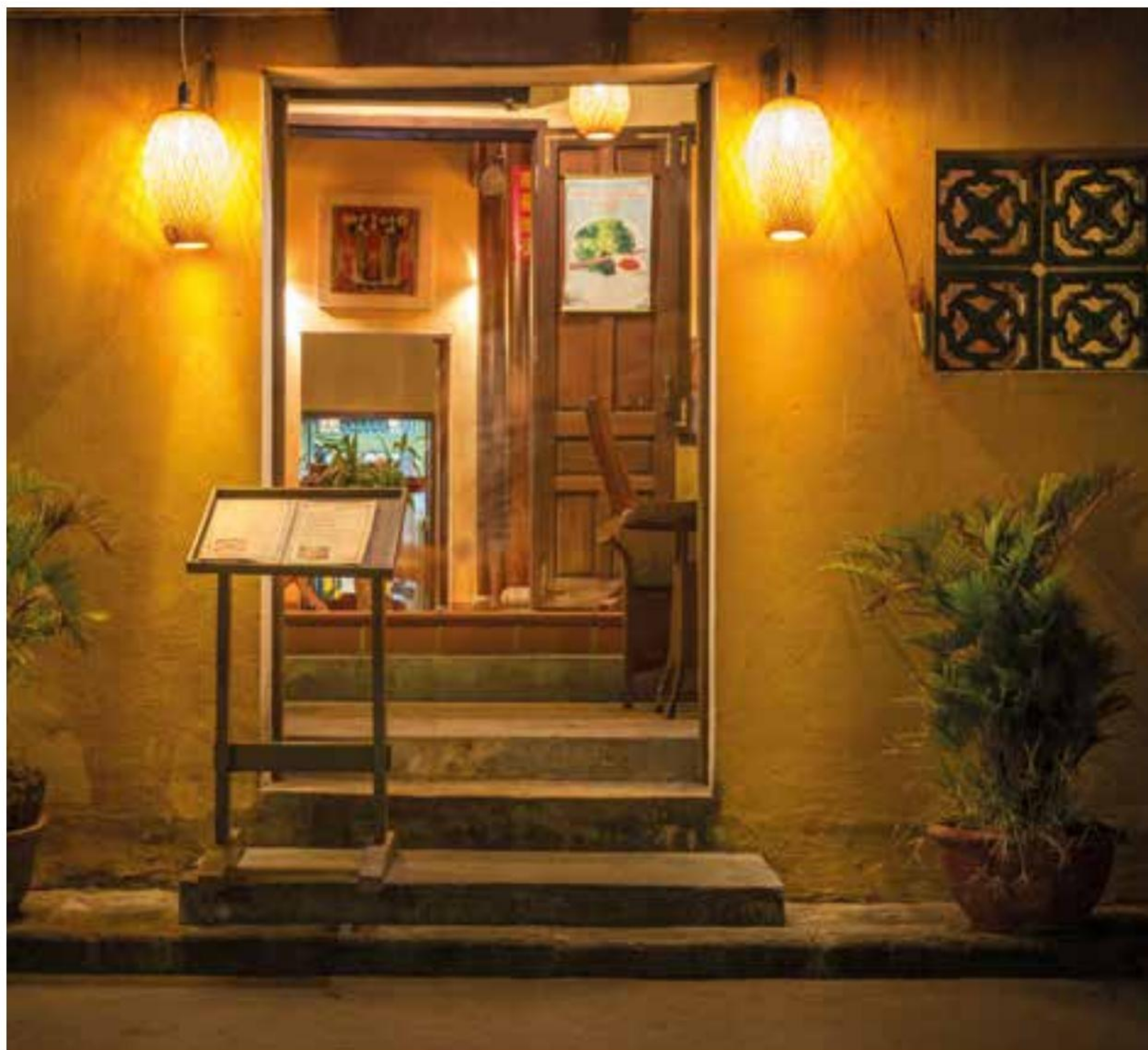
Diciamo nell'ordine delle 3-3,5 stelle, pallini, forchettine, (in questo gioco non importa il simbolo, ma il risultato!) A questo punto, come se si fosse segnato il rigore decisivo ai mondiali, seguono almeno tre minuti di festa, orgoglio e soddisfazione per il posizionamento del vostro locale rispetto a quello del concorrente. Appena concluso l'autocompiacimento, visto che il buon umore mette fame, scatterebbe la ricerca di un nuovo ristorante o pizzeria, con recensioni certamente positive o la scelta di un locale conosciuto, fatta sulla fedeltà e fiducia, costruite in base alle vostre conoscenze ed alla vostra "sicurezza" nel portare un amico a cena in un posto dove siete certi di fare bella figura.

Vi ho appena descritto il processo tecnico della fedeltà e della visibilità durante la ricerca di un locale che ogni giorno vivono i clienti potenziali, piuttosto che quelli abituali, seppur con logiche differenti. L'esercizio che abbiamo appena fatto avviene ogni giorno, per miliardi di persone, a colazione, pranzo, cena e dopocena, in tutto il mondo. Le motivazioni sono le più disparate e possono andare dalla scelta del ristorante per: il primo appuntamento a lume di candela, un pranzo di lavoro con un collega o col nuovo capo, festeggiare la laurea, un anniversario, vedere degli amici fuori sede... Sono infinite combinazioni di vite ed esigenze che vanno a cercare una soluzione ristorativa e lo fanno online, leggendo le recensioni del vostro locale. Gli ingredienti del successo non sono mai univoci, piuttosto parliamo di una combinazione che va studiata a tavolino, ma ha sicuramente un punto di partenza in comune tra le at-

Quali sono i fattori che influenzano la valutazione delle recensioni online e quindi il fatturato?

tività ricettive di tutto il mondo: una volta erano le insegne luminose (piccole opere d'arte oramai sempre più trascurate). Oggi si gioca la partita soltanto rivendicando la propria presenza online. Per semplicità e facilità del risultato, oltre che per il costo pari a zero, partirei dal consigliare vivamente di rivendicare la propria attività su *Google Maps* (che ha integrato il vecchio *Google MyBusiness*), curarne il dettaglio di orari, aperture e chiusure straordinarie, indicazioni stradali, aggiungere foto dell'ambiente, del menù e dei "piatti forti"; secondariamente, mettersi online sui portali più famosi, siti di recensioni e magari pubblicare anche il proprio sito web. Questo primo e fondamentale passaggio è fondamentale come mettere la maniglia alla porta d'ingresso: senza il pin di Google, è come se non aveste né l'insegna, né la maniglia per aprire la porta alla clientela! A questi iniziali punti, dobbiamo aggiungere che la cura ed il rapporto con la clientela che recensisce il locale è importante quasi quanto l'accoglienza al suo ingresso nel ristorante.

Un management attento, risposte puntuali, ringraziamenti o accettazione di suggerimenti o delle critiche sono gli



SPITFIRE®

BORN TO BURN



CONTATTACI PER UNA
CONSULENZA GRATUITA

Lasciati conquistare dalla tecnologia innovativa di **SPITFIRE New Generation**, il bruciatore a gas perfetto per esaltare il sapore della tua pizza mantenendo inalterato il gusto, l'aspetto e la fragranza di sempre.

SPITFIRE New Generation è un prodotto **GREEN**, permette di ridurre del 70% le spese di gestione del tuo forno nel pieno rispetto dell'ambiente e della natura.

L'INNOVAZIONE CHE RISPETTA LA TRADIZIONE

UNA LINEA COMPLETA PER SODDISFARE TUTTE LE VOSTRE ESIGENZE

SILVER
SPITFIRE
NEW GENERATION

GOLD
SPITFIRE
NEW GENERATION

SPITFIRE
NEW GENERATION

SPITFIRE
next

I prodotti SPITFIRE sono adatti ad ogni tipo di forno a legna

SPITFIRE New Generation è approvato da:

- Aziende di Servizi HACCP
- AIC Campania (Associazione Italiana Celiachia)
- AVPN (Associazione Verace Pizza Napoletana)
- Prodotto certificato CE - DVGW - ETL - UL - CSA - AGA



SPITFIRE New Generation **Silver & Gold**
sono impianti certificati in tutto il mondo

MILLBERG

MILLBERG S.r.l.

Via Fiume, 21

24050 Zanica (BG) Italy

Tel. +39 035 525065 • +39 3927630233



Seguici su



www.spitfire.it - www.youtube.com/bruciatorospitfire

SPITFIRE sono prodotti da: **MILLBERG**

ingredienti per avere un rapporto che si conclude (così come spesso è cominciato) sul web ma che crea un legame altrettanto forte con il cliente.

01 Sempre per la costruzione di un legame, sarebbe importante organizzare un proprio programma di fidelizzazione.

A proposito di interazioni con la clientela, con i moderni programmi gestionali a disposizione della ristorazione, la prima cosa da realizzare sarebbe la costruzione di un CRM.

Ne abbiamo già ampiamente parlato in altri articoli ma rinnovo l'invito a creare una banca dati che abbia i contatti dei clienti abituali, che si possa far crescere con l'inserimento di dettagli inseribili anche in tempi diversi dalla prima registrazione. Per esempio, il classico primo approccio è la registrazione per l'utilizzo del WI-FI con raccolta nome, cognome ed e-mail. Il successivo inserimento di dati potrebbe essere quello di numero di telefono e data di compleanno quando si fa la tessera fedeltà o si inserisce il cliente nel programma di *loyalty*.

Riuscire ad arricchire nel tempo questa banca dati (che vale molto più di quello che siamo abituati a percepire) vuol dire anche avere le date di compleanno, anniversario, magari nascita dei figli e poter essere "partecipi", in modo non invasivo, a questi momenti.

Nel mondo del commercio online, siamo abituati a ricevere qualche offerta o bonus per il nostro compleanno: non sarebbe fantascientifico ricevere un messaggio o una e-mail dal nostro locale preferito, che ci invita a festeggiare un anniversario o una ricorrenza?

02 Richiedere ai clienti di lasciare recensioni: i ristoranti possono chiedere ai clienti di lasciare recensioni online, fornendo loro un link o un codice QR per farlo. Non fate l'errore di proporre un voto di scambio o cercare di accattivare i clienti regalando qualcosa in cambio di una recensione positiva: a parte la perdita di stile, è un atteggiamento che, se scoperto, è severamente sanzionato dai portali.

03 Rispondere alle recensioni: i ristoranti dovrebbero rispondere alle recensioni, sia positive che negative.

Le risposte positive possono aiutare a rafforzare la fiducia dei clienti mentre le risposte negative possono aiutare a risolvere i problemi e migliorare l'esperienza dei clienti.

Un'ultima riflessione: le recensioni online sono uno strumento potente che può avere un impatto significativo sul bilancio della ristorazione.

I ristoranti che ottengono buone recensioni sono più propensi a registrare un aumento delle prenotazioni e dei ricavi perché, quando scegliamo istintivamente siamo portati alla ricerca della migliore opzione ma, quando decidiamo di tornare, lo facciamo con il cuore... e la pancia!





Professional

Scopri la nuova Salsa Vaniglia UHT

Non la solita Crema Inglese!

Senza
Glutine



Ideale
anche per
Vegetariani



Per un tocco
da Chef provala
nel sifone



Approvato da:



CAST
ALIMENTI



Ricetta realizzata da: Chef Ljubica Komlenic

Con baccelli di vaniglia macinati!

Deliziosa crema inglese pronta all'uso: liscia, vellutata, densa e profumata.



Ideale come salsa d'accompagnamento
allo strudel, torta sbrisolona e dessert



Perfetta come crema base
per creare le tue mousse, bavaresi, semifreddi
e golosissimi gelati!



Food-Cost sempre sotto controllo

Qualità superiore delle materie prime!

- ✓ Con latte intero e panna
- ✓ Senza olio di palma



Ready to Eat

www.cameo-professional.it

Per maggiori informazioni
SERVIZIO CONSUMATORI **cameo**
800-829170 @
www.cameo.it/contatti

Prepararsi alle feste

a cura della Dott.ssa
Marisa Cammarano,
biologa nutrizionista



Le festività natalizie sono l'occasione unica ed ideale per godere della buona compagnia, ma anche del buon cibo.

Il Natale è un periodo molto particolare per ciò che riguarda la forma fisica e la salute. Ogni anno, infatti, ci impegniamo tutti a prevenire il peggio e a pianificare una corretta alimentazione. Eppure la frenesia dei giorni natalizi può essere un pericolo per quello che riguarda le proprie necessità di benessere, a partire da una alimentazione corretta. Può capitare di mangiare più del solito, scatenando, spesso, anche, sensi di colpa e qualche problema digestivo. Ma, se si segue un'alimentazione bilanciata per tutto l'anno, non bisogna preoccuparsi eccessivamente, perché si ci può tranquillamente permettere delle eccezioni, prendendo comunque delle piccole accortezze.



E qui la faticosa domanda: come affrontare le feste a tavola, mantenendo comunque la propria forma fisica ed il benessere, senza dover rinunciare al piacere del palato?

Quello che possiamo fare “è muoverci con anticipo, proprio come facciamo con tante altre cose legate al Natale, prendendoci cura di ciò che mangiamo già prima che arrivi il periodo natalizio“. Scelte alimentari sagge possono, dunque, aiutarci a restare in forma e carichi di energia. Nei giorni che precedono il Natale, è preferibile scegliere un pranzo leggero, scegliendo con attenzione alimenti ricchi di gusto ma con un occhio alla digeribilità. Ottima, ad esempio, una pasta con legumi, che può essere completata da un frutto. Per un'alternativa veloce, invece, potrebbe andare un etto di bresaola o tacchino affettato con un contorno di verdure. Nel pomeriggio, invece, non deve mai mancare uno spuntino, ideale da consumare quando le energie vacillano. Per variare rispetto alle merendine confezionate, dunque, si può provare con qualche quadratino di cioccolato fondente accompagnato da mandorle. Per concludere la giornata, infine, è preferibile una cena bilanciata a base di proteine e cereali integrali. Se si compiono le giuste scelte alimentari durante il giorno, consumando pasti e spuntini equilibrati, è più facile non eccedere perché non si è esageratamente stanchi e affamati. Si tratta, dunque, di piccoli accorgimenti che permettono di prendersi cura del proprio benessere anche in un periodo fatto generalmente di sgarri ed errori nell'alimentazione.

Importante è ricordare che:



- **non bisogna digiunare per compensare.**

È totalmente inutile saltare il pasto precedente al cenone/pranzo: basta, anche, nei giorni che seguono il Natale, mantenere una dieta leggera, senza troppi grassi, per riequilibrare e “disintossicare” l'organismo.

- **Mangiare lentamente**

Se si ci affanna nel mangiare, quasi senza masticare, s'incappa più facilmente nel rischio di mangiare di più e ad avere poi, delle difficoltà digestive. Bisogna ritagliarsi il giusto tempo: fare piccoli bocconi, masticare lentamente ed assaporare il gusto di ciò che si ha in bocca.

- **Qualità**

Evitare di acquistare troppi prodotti industriali, ricchi di grassi insalubri e di zuccheri, ma affidarsi alle ricette casalinghe con ingredienti selezionati, come olio extravergine d'oliva, uova bio, latte fresco e verdure di stagione, ma soprattutto tante verdure.

- **Antipasti di verdure e pesce**

Prima del pasto principale è buona norma mangiare prima un po' di verdura cruda, che aiuta a non eccedere e dà sazietà.

- **Cotture semplici**

Prediligere le cotture semplici, che non appesantiscano eccessivamente i piatti, senza usare troppi grassi: limitare intingoli, burro, panna e besciamella.

- **Evitare il bis**

Le tavole durante pranzi e cene delle feste sono già ricche di portate, meglio quindi fare porzioni piccole, ma di più piatti: in questo modo è possibile assaggiare poco di tutto e si evitano gli eccessi calorici.

- **Pane lontano dai pasti**

Durante cenoni e pranzi, evitare di eccedere a sbocconcellare pane e grissini tra una portata e l'altra.



- **Da bere?**

Evitare bibite gassate, bere molta acqua e concedersi il brindisi con 1-2 bicchieri di vino al massimo.

- **Dulcis in fundo**

Pandoro e panettone devono essere i protagonisti, ma scegliere, anche altri dolci tipici artigianali e non industriali, magari di un'ottima pasticceria, meglio poi quelli classici e tradizionali, piuttosto che nelle varianti ricoperte da cioccolato o farcite con albicocche e datteri o alcolici.

- **Fare movimento**

Dopo aver trascorso il lungo pranzo di Natale a tavola, concedersi una bella passeggiata digestiva. Inoltre, bisogna cercare di restare attivi nel periodo natalizio, continuando ad andare in palestra, magari approfittando di qualche giorno di ferie.

Che sia un Natale sereno!



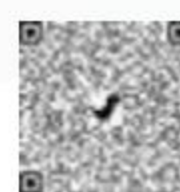
PULCINELLA BABY



Forno con alimentazione elettrica, dalle dimensioni contenute, concepito per la cottura di 1 o 2 pizze da 33 cm.



PULCINELLA BABY 2T



Forno elettrico a due camere concepito per la cottura di pizze e pinsa, in teglia e a pala.



PULCINELLA NAPULE



Forno da record elettrico a una camera disponibile nei modelli 4, 6 e 9 pizze, concepito per la cottura di pizze e pinse.



VULKAN



Forni a tunnel con tappeto di cottura in refrattario. Montato su ruote e configurabile per ogni esigenza. Disponibile anche con tecnologia Industria 4.0.



SaCar Forni s.r.l.
Via S.Allende, 72 - 84081 BARONISSI (SA)
Tel: +39 089 955557
www.sacarforni.it - info@sacarforni.it



LE BIRRE ITALIANE PIÙ PREMIATE DEL 2023

di Alfonso Del Forno

LE birre italiane sono state premiate, per la loro qualità, in ogni paese in cui si tengono concorsi brassicoli internazionali, presentandosi con un ventaglio di sapori e stili che riflettono la biodiversità che la birra italiana rappresenta.

L'Italia, celebre per il suo vino, sta conquistando il palcoscenico internazionale anche nel mondo delle birre artigianali. La presenza costante sul podio del "Brussels Beer Challenge", uno dei concorsi più autorevoli in Europa, testimonia la crescente eccellenza della produzione

birraria italiana. Recentemente, l'Italia ha raggiunto il secondo posto per il numero di birre premiate al BBC, con ben 37 medaglie (14 d'oro, 8 d'argento e 15 di bronzo), dimostrando la sua affermazione nel contesto globale. Tale posizione si colloca dietro al Belgio, che si conferma ancora una volta leader con 80 birre premiate.

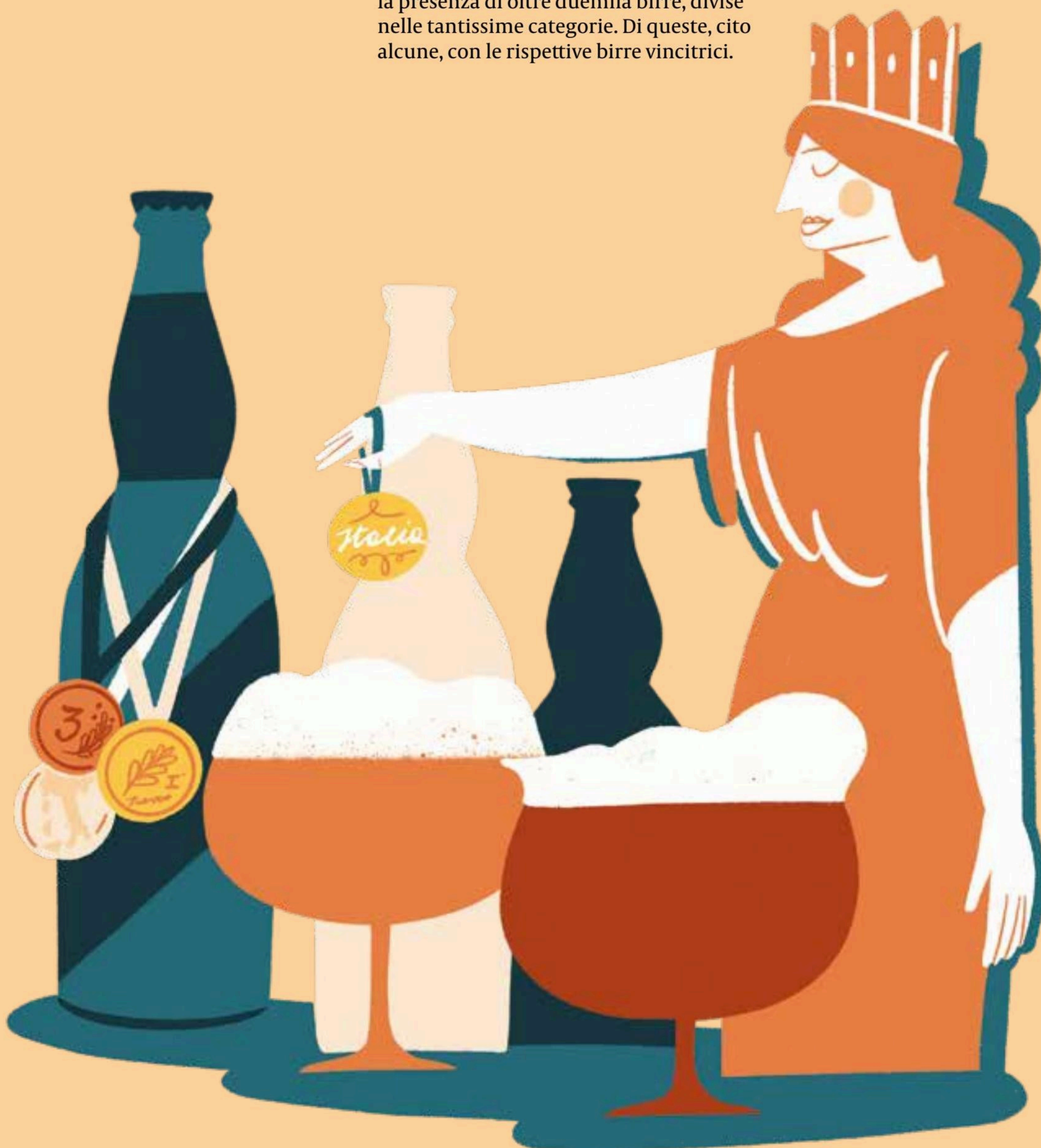
Nel panorama dei premi più prestigiosi, il Birrificio Mezzopasso, dell'Abruzzo, ha ottenuto il "Trofeo COMAC" per la migliore birra della competizione con la sua "Millican Extra". La Toscana, rappresentata dal birrificio "La Collina", ha portato a casa il

Trofeo “Cronache di Birra” grazie alla loro Rye Stout, confermando la varietà e la qualità della produzione italiana.

Tra i birrifici italiani più celebrati, emergono il Birrificio Diciottozerouno, con due medaglie d'oro e un argento per le birre “Icaro”, “Ruggine” e “Caraibi”, e il Birrificio Crack Brewery, che ha ottenuto due ori e un bronzo con le birre “Guerrilla”, “Pizzapils” e “Mansueto 2021”.

Questi riconoscimenti non fanno che sottolineare l'impegno dei birrifici italiani nel raggiungere l'eccellenza, mescolando sapientemente tradizione e innovazione per creare birre uniche e indimenticabili.

Le birre artigianali italiane hanno anche un concorso dedicato solo alle produzioni nazionali, “Birra dell’Anno”. Questo contest, organizzato da Unionbirrai, Associazione di categoria dei birrifici artigianali italiani, ogni anno vede in competizione la presenza di oltre duemila birre, divise nelle tantissime categorie. Di queste, cito alcune, con le rispettive birre vincitrici.



LA BIRRA



Nella categoria delle birre chiare a bassa fermentazione di ispirazione tedesca e ceca, la "Smemorata" del Birrificio Leumann si è guadagnata l'oro, seguita dalla "Biologica" dell'Agribirrificio Sguaraunda e dalla "Babylon Pils" del Birrificio Babylon.

Le birre caratterizzate dall'evidente presenza di luppolo, come la "Slurp" di Soralamà, l'argento ottenuto dal "Testa di malto" del Birrificio Legnone e il bronzo dell'"After the Pils" del Microbirrificio Birra Elvo, hanno sollevato gli entusiasmi nella categoria Italian Pilsner.

Il Microbirrificio Opperbacco ha primeggiato nella categoria delle birre di ispirazione europea con la sua "RustHell", ottenendo l'oro. L'argento è stato conferito all'"Antikorpo Brewing - Grommet" del Cittavecchia, seguito dal bronzo dell'"AtheSte Hell" del Birrificio Estense.

Le birre di ispirazione americana, come l'hoppy lager "Mr. Crocodile" di 50&50 (oro), l'"Alchemy" della Vertiga (argento) e l'"After the Pils" del Microbirrificio Birra Elvo (bronzo) hanno conquistato il podio nella categoria delle birre hoppy lager e imperial hoppy lager.

Nel segmento delle English Golden Ale e English Pale Ale, il "Drinky" del Birrificio Basei si è aggiudicato l'oro, mentre la "Golden Ale" della Fabbrica della Birra Perugia e l'"Apollo" della Lucky Brews hanno rispettivamente ottenuto l'argento e il bronzo.

Il panorama dei birrifici artigianali italiani ha inoltre offerto creazioni ibride come la "Bear Away" dell'EastSire Brewing (oro), la "Frisco" del Birrificio Artigianale La Villana (argento) e l'"Alterelvo" del Microbirrificio Birra Elvo (bronzo) nella categoria delle birre ibride.

Birre come la "Marzen" del Microbirrificio Birra Elvo (oro), la "Diamond" dell'Anbra - Anonima Brasseria Aquilana (argento) e la "Lucky Shoes - Antikorpo Brewing" del Cittavecchia (bronzo) hanno spiccato nella categoria delle birre di ispirazione tedesca.

Il Doppio Malto ha conquistato l'oro con la "Magnus" nella categoria delle birre tedesche a bassa fermentazione ad alto grado alcolico, seguito dalla "Giargiana" della Birra Gaia e dalla "Sylvie" del Birrificio Renazzese.

I birrifici italiani, con la loro vasta gamma di stili e sapori unici, hanno dimostrato l'elevato standard qualitativo e la varietà dell'industria della birra artigianale nel paese.

Il titolo di "Birrificio dell'Anno" è stato assegnato alla Crak Brewery, riconoscimento che conferma il loro impegno e la loro eccellenza nel panorama birraio italiano. Questi premi rappresentano una vetrina dell'artigianato italiano nel settore della birra, dimostrando la sua crescente rilevanza e competitività a livello internazionale.

Se proprio dovessimo individuare la birra italiana che ha ottenuto più riconoscimenti in Europa, questa sarebbe la "21 12" del Birrificio Incanto, che ha stravinto in tutti i concorsi a cui partecipato: oro al Brussels Beer Challenge, oro all'European Beer Star (2022) e argento (2023), oro al Barcelona Beer Challenge, bronzo a Birra dell'Anno, oro (2021) e argento (2022) a Birra dell'Anno Xmas Edition, argento al Concours International de Lyon e tanti altri in giro per l'Europa.



la TORRENTE

il br pomodoro oro italiano



"Gli artisti della pizza"

Tante idee da assaporare ogni mese con i nostri dodici "Artisti della pizza". Dicembre è stato dedicato al nostro caro pizzaiolo Donato Barigliano, che esalta il gusto del Marzanino con la sua "Margherita agricola del Fortore". Un pomodoro eccellente e particolarmente apprezzato dagli intenditori per il suo gusto dolce. Il Marzanino è caratterizzato da un profumo intenso e dalla ridotta presenza di semi. Caratteristiche che lo rendono ideale per tutte le ricette.

scopri di più



Servizio Clienti
800 944 149

www.latorrente.com - info@latorrente.it



E LE STELLE STANNO A GUARDARE

STORIE
DI
PIZZA



FRANCO PEPE, CAIAZZO

di Caterina Orlandi

“Io rappresento 3 generazioni che vanno dal pane alla pizza. Quando mi sono staccato dall’azienda di famiglia, ho messo a punto tutti i saperi trasmessi da mio padre per cercare di creare un concetto diverso di pizzeria: era un momento importante per la pizza, c’era grande attenzione anche da parte dell’alta cucina, bisognava alzare l’asticella sugli ingredienti, gli impasti, l’accoglienza”.

Inizia così il racconto di Franco Pepe, tra i pizzaioli oggi più conosciuti al mondo, patron della pizzeria “Pepe in Grani” nel cuore del borgo di Caiazzo, nell’Alto Casertano, un luogo di culto per gli amanti della pizza.

Abbiamo incontrato Franco ad Anuga, una delle fiere dell’agroalimentare più frequentate in Europa, a margine di un appuntamento presso lo spazio espositivo di Sorì.

COSA VUOL DIRE PER TE PIZZA?

Per me pizza significa dialogare con il mondo. Attraverso il mio impasto, io vado a portare i sapori del mio territorio, della Campania e dell’Italia.





**STORIE
DI
PIZZA**

QUANTO È IMPORTANTE IL TERRITORIO PER LA FORMAZIONE DI UNO CHEF O DI UN PIZZAIOLO?

Secondo me qualsiasi tipo di pizzaiolo deve prima sapere valorizzare il suo territorio per sapere esprimersi nel mondo.

COSA HA DI DIVERSO LA TUA PIZZA RISPETTO ALLE ALTRE?

Questo me lo deve dire un cliente oppure tu, non io. Io faccio la mia pizza.

CAIAZZO HA UN BELLISSIMO BORGO MA ERA SCONOSCIUTO PRIMA DI TE: COME SEI RIUSCITO NELL'IMPRESA DI FAR ARRIVARE "IL MONDO A CAIAZZO"?

Amo il mio territorio, quello dove sono nato e sapevo che aveva una grande potenzialità. Ho deciso così di metterlo sulla mia pizza. Era un momento importante per la pizza, perché stava per diventare "ostaggio" della comunicazione degli imprenditori: oggi ci sono pizzerie ovunque aperte da uomini d'azienda nelle grandi città, che non fanno i pizzaioli: non c'è più amore per il proprio territorio. I miei tanti "no", invece, sono serviti a portare la gente a Caiazzo.

QUANTO CONTANO LE CLASSIFICHE PER LA DETERMINAZIONE DEL SUCCESSO? SONO I PIZZAIOLI AD AVER BISOGNO DEI CRITICI O È PIÙ VERO IL CONTRARIO?

Dipende sempre chi mi valuta! Valutare è importantissimo ma difficile. Da me vengono blogger, giornalisti, anche quelli che non sanno riconoscere un prodotto dall'altro ma la classifica più importante è la fila nel vicolo. In Italia, il mondo della pizza si è evoluto velocemente ma rimane

la scarsa formazione del pizzaiolo: io ho studiato la materia prima e cercato di sviluppare attorno a questa degli abbinamenti. Quanti critici però sanno valutare la pizza e quanti pizzaioli sanno fare una buona pizza? Ci sono miliardi di pizze: è da capire chi ti valuta e chi sa fare. Oggi bisogna sapersi trasformare, bisogna saper fare una pizza buona ma anche sana: io lavoro in team con una nutrizionista, con l'università, c'è uno step in più rispetto al passato, quindi - sottolineo ancora - bisogna capire chi può davvero giudicare.



SEI PARTITO CON IL RIVOLUZIONARE IL MONDO DELLA PIZZA IDEANDO LA “VALIGIA DEL TERRITORIO”, HAI POI APERTO UN B&B, SEI STATO NOMINATO CAVALIERE DELLA REPUBBLICA: COME VEDI IL TUO FUTURO?

Il mio futuro lo vedo nella consegna di quei miei saperi, dei miei valori; io mi sento appagato del percorso che ho fatto e mi sento appagato perché ho trasmesso il sapere ai miei figli e a 50 ragazzi nella mia pizzeria. Nel futuro vedo quindi un cambio di generazioni. Io ho sempre rifiutato di entrare nelle scuole di formazione, non posso formare tutti per la pizza di Franco Pepe, però vorrei essere formatore per quei ragazzi provenienti da luoghi dove non c'è futuro.

LA TUA PIZZA PREFERITA?

Non è la mia, è quella di mio padre: il calzone con la scarola riccia. La presentai anche io, quando lavoravo ancora nella pizzeria di mio padre, a Luigi Veronelli che venne lì e che fu il primo a scrivere su di me. Scrisse tre pagine. Volle abbinare a quel calzone un vino del territorio. Scrisse con una semplicità tale che mi diede lo stimolo a progredire e a fare ricerca. Però la pizza di mio padre resta ancora migliore della mia.



STORIE
DI
PIZZA

NELLE SCARPE DEI CAMPIONI

LUCA DI
BENEDETTO,
CAMPIONE
EUROPEO 2023

di Noemi Caracciolo



«Sono originario di Caserta e sono nato in Piemonte. Ricordo quando mia madre preparava le pizze in teglia e una volta, in particolare, mi è rimasta impressa. Mamma si era allontanata un attimo e io, che avevo solo cinque anni, pensai di preparare una piccola pizzezza e infornarla, solo che mi ustionai la mano. Quando arrivò papà mi nascosi in giardino, avevo paura di prendere il resto e dicevo: "no, bua bua!". Oggi sono 14 anni che faccio il pizzaiolo e questo ricordo mi fa molto sorridere perché mi fa pensare che fosse destino il mio».

Queste le parole di Luca Di Benedetto, proprietario della pizzeria d'asporto "Passione pizza" a Borgosesia (Vercelli), un ragazzo che svolge il suo lavoro con estrema umiltà e tenacia.

È proprio grazie a quest'ultima che si è aggiudicato il titolo di campione europeo della pizza 2023 a Milano. La pizza della vittoria ha un nome davvero singolare che Luca, insieme alla sua storia e le emozioni di un'inaspettata vittoria, ci ha raccontato in questa intervista.



LUCA QUAL È LA TUA STORIA?

A 15 anni volevo guadagnare qualcosa in più per comprare i vestiti o uscire con gli amici e, per non chiedere i soldi a mamma e papà, decisi di andare a lavorare. La mattina ovviamente andavo a scuola ma potevo lavorare tranquillamente la sera. In quel periodo, aprì una piccolissima pizzeria in un comune di forse nemmeno 1000 abitanti, faceva 60 pizze il sabato per intenderci: io andai a lavorare lì, chiudevo i cartoni delle pizze, friggevo... non facevo nulla in pratica ma guardavo il pizzaiolo e mi piaceva. Dopo alcune settimane, il pizzaiolo non venne più e io mi misi al suo posto, le pizze erano un po' alte, un po' basse, un po' bucate... non un granché ma, per un ragazzo che non sapeva nemmeno stendere o infornare, era una gran cosa. Le mie basi erano zero, ero davvero imbarazzante. Tutta esperienza. Poi iniziai a girare. Il lavoro mi aveva colpito, all'inizio facevo anche 7 giorni su 7 per 15€, una miseria ma mi stava bene. Però volevo di più, già a 16-17 anni sapevo di volere qualcosa di mio. Nei posti in cui lavoravo provavo a proporre qualcosa ma il più delle volte venivo screditato. Nonostante abbia girato tanto, non ho mai avuto grandissimi maestri: a 20 anni non avevo chissà quali basi, improvvisavo su ciò che vedevo. Ho fatto anche il cameriere e ovviamente ho preso il diploma in metalmeccanica per rendere orgogliosi i miei genitori. A 23 anni, ho aperto la mia pizzeria d'asporto che è andata subito molto bene. Poi ho dovuto superare degli





ostacoli e oggi ringrazio Dio per essermeli trovati davanti. Affrontandoli, ho capito che non tutto è così semplice come mi era sembrato all'inizio; non tutto fila sempre liscio e la forza sta proprio lì, nel saper affrontare le difficoltà. Siamo fatti di carne, anima, spirito e sentimenti, può capitare di abbattersi ma bisogna sempre rimettersi in piedi. Bisogna evitare in ogni modo di rimanere vuoti, pensare sempre: "posso fare di più".

Grazie a un aggancio in Sicilia, prima del Covid, ho aperto una pizzeria lì: eravamo una bella squadra e abbiamo fatto una bella stagione. Ma poi, per un motivo o per un altro, alcuni di quei ragazzi che "ho cresciuto" sono andati via. Poi stavo perdendo mio figlio quando aveva solo due anni e mezzo e per questo ho interrotto l'attività per un po'. È stato complicato ripartire e quindi mi sono concentrato su Borgosesia. Se riesco a raggiungere determinati obiettivi, devo ringraziare anche mia moglie: è una gran mamma e mi appoggia sempre. Senza di lei, non avrei il tempo di dedicarmi allo studio, alle gare e alla mia crescita professionale.

QUAL È L'ASPETTO PIÙ COMPLICATO DEL TUO LAVORO?

È un lavoro sacrificante e il tempo è poco. Personalmente posso dirti che ad oggi ho capito il valore del tempo, soprattutto quello che dedichi ai figli. Che senso avranno avuto tutti i sacrifici quando loro avranno 18 anni se il papà non c'è mai stato? È meglio avere qualcosina in meno che perdere certi momenti, perché - credimi - il momento in cui torno a casa e i miei bambini mi saltano in braccio non si compra con niente.

COME DEFINIRESTI IL TUO PRODOTTO?

Forse tipologia napoletana, anche se non mi piace riempirmi la bocca con questo termine. Non so fare prefermenti, mi sono concentrato sempre sul mio impasto un po' morbido che prevede un'idratazione al 63-65%, farina macinata a pietra con germe di grano tipo 0, lievito di birra semplice perché riesco a gestirlo meglio e prodotti di una certa qualità. Ovviamente non posso spingermi troppo in là, è sempre una pizzeria d'asporto la mia e non potrei proporre una Margherita nel cartone a 8€. Cerco di puntare al meglio per un prodotto d'asporto. Non ho tempo di studiare e sperimentare chissà cosa. Ovviamente mi confronto con altre persone. Per esempio, con Ciccio (Francesco Giuliani), un amico con cui ho vissuto tante gare e con cui ho lavorato 4 anni.

COME SEI ARRIVATO AL CAMPIONATO EUROPEO?

Quell'amico di cui ti parlavo, Ciccio, è sempre stato contento di andare alle gare con me, di confrontarci. Poi mi sono staccato per quei cinque mesi per i motivi che ti dicevo prima e, mentre ero fermo e lui doveva andare al mondiale a Parma, mi fa: «perché non mi accompagni, anche per distrarti»? Sono andato e gli ho fatto da assistente. Dopodiché, ho ricominciato a girare e ho saputo del Campionato europeo e ci siamo detti: "perché no?!" Visti i campioni presenti, non pensavo di arrivare a questo risultato; quando poi è successo, ero incredulo. Io non ero presente, ero con mio figlio e ho assistito alla premiazione tramite una diretta. Non ho capito nulla, facevo fatica a credere fosse vero.

C'È STATA UNA PREPARAZIONE PRIMA?

Ho puntato sulla sostenibilità ma non ho voluto strafare. Ho esaltato semplicità e genuinità cercando di trasmettere la mia personalità. Dapprima, ho sperimentato un impasto con buccia di melanzana essiccata e poi polverizzata: il sapore era buono ma non mi convinceva la consistenza. Inoltre, alcune parti sarebbero andate sprecate... e che sostenibilità sarebbe stata? Così ho provato con il pomodoro ed è arrivato l'impasto giusto, per il quale tra l'altro ho rischiato, non avendolo mai

STORIE
DI
PIZZA



Farine **Perteghella**[®]



CORONA MULTIUso

La regina della cucina.
Per ogni lavorazione, a casa e al ristorante.





proposto prima. Dunque, ho pelato i datterini, essiccato e polverizzato la buccia mettendola nell'impasto, ho preparato un sugo con i pomodorini, l'aglio, l'olio come faceva mia nonna (non proprio una cottura di 16 ore, ma poteva andare). Insieme al sugo, ho messo sulla pizza un po' di fior di latte per riempire, la melanzana frita, fonduta di parmigiano 24 mesi fatta al momento e basilico cristallizzato per dare croccantezza. Il mio amico, assaggiandola, ha detto di essersi sentito a casa della mamma la domenica. Ho usato prodotti IGP biologici e parti meno nobili del prodotto per valorizzare l'impasto. L'ho chiamata "Buon compleanno".

PERCHÉ?

Ho gareggiato il 16 ottobre, quando la mia pizzeria ha compiuto sei anni.

QUALI EMOZIONI HAI PROVATO?

Una cosa molto bella devo dirtela. Ero tutto ben vestito, sai, pieno d'ansia, la divisa tutta bianca, pulita ma non sapevo dell'obbligo delle scarpe antinfortunistiche. Panico. Avrei perso punti ovviamente. Paolo Moccia, vincitore mondiale del 2022, era anche lui lì e devi sapere che, prima della sua vittoria, aveva avuto lo stesso problema. Qualcuno gli aveva prestato le scarpe, altrimenti probabilmente non avrebbe vinto e, in questo caso, invece, le ha prestate proprio lui a me. Anche se molti gli dicevano: "non farlo, non prestargliele", lui si è messo subito a disposizione. Il fatto che io abbia vinto è una cosa che lo ha toccato moltissimo!

L'ambiente delle gare non è molto simpatico, per così dire... io comunque chiedo sempre a Dio di farmi restare umile, con i piedi per terra. Non voglio mai montarmi la testa.

TU USI IL FORNO A LEGNA, QUANTO È STATO DIFFICILE ADATTARTI IN GARA CON QUELLO ELETTRICO?

Ho improvvisato un pochino anche perché non ho potuto provare il mio impasto. Io solitamente cuocio in un minuto e mezzo, lì la cottura è stata di cinque minuti. Però avevo due temperature, ho chiesto assistenza alla giuria, c'è stata una gran cura dei particolari.

COSA CONSIGLIERESTI A CHI VOLESSE INTRAPRENDERE LA TUA STRADA?

A chi ha già le idee chiare direi di non pensare mai di non essere all'altezza, di non accontentarsi mai e impegnarsi al massimo. Il mondo cambia velocemente, bisogna stuzzicare i clienti mettendoci la propria personalità. Cercare di creare un prodotto che sia tuo, ciò che secondo te è meglio, non ciò che fanno gli altri. E, inoltre, di fare formazione. Una formazione onesta però e sicuramente non online. Certi odori e certe consistenze bisogna sentirli.

SE TI CHIEDESSI DI PROPORMI UNA PIZZA DAL SAPORE BELLO PREGNANTE?

Ti proporrei una "Bazucca": base crema di zucca, salsiccia, gorgonzola e semi di zucca all'uscita. È una bomba di sapore.

PROGETTI FUTURI?

Magari andare al Campionato mondiale, affrontare altre gare con le mie ansie e le mie paure è sicuramente crescere. Inoltre, mi piacerebbe entrare nel mondo della consulenza, poter consigliare e aiutare gli altri. Soprattutto chi ha pochi stimoli. Molti aprono una pizzeria perché oggi la pizza "va" ma non è un business, è un qualcosa che devi amare, ti deve piacere, anche perché la concorrenza è tantissima. Per fare ciò, però, dovrei io per primo avere consulenza. Sicuramente ho delle basi, altrimenti determinate cose non avrei potuto farle ma non è abbastanza. Per certe cose mi sento "vuoto", devo assolutamente approfondire e, una volta fatto, mi piacerebbe riportare a mia volta conoscenze preziose a chi non ne ha.

STORIE
DI
PIZZA





Molino Cosma

SIGEP
pad. D5
046

La farina che sorprende.



Ricominciano i corsi per pizzaioli
professionisti della Cosma Academy:
scopri tutte le date sul nostro sito!

Tel. 049 5952065 — info@molinocosma.com
Via Antonelli 29, 35018 — San Martino di Lupari (PD)



STORIE
DI
PIZZA

ETOMA

UNA DICHIARAZIONE D'AMORE
PER LA PIZZA E NON SOLO

di Noemi Caracciolo

Abbiamo conosciuto Giuseppe Auriemma casualmente durante un campionato mondiale della pizza. Non era un pizzaiolo in gara, sfornava le sue pizze allo stand di La Torrente: Margherita e Marinara, solo la tradizione (e ti pare poco?!). Scambiando quattro chiacchiere, Giuseppe si rivela subito un ragazzo socievole come tutti i napoletani ma anche riservato per l'altra metà del suo dna sardo: uno che più che parlare di pizza e mettersi in mostra, la pizza preferisce farla e far dare a te un giudizio finale.

Auriemma è il titolare di Etoma, pizzeria al centro di Cagliari, una tra le più frequentate, dove la pizza viene trasformata in un'esperienza di gusto. Non è una questione di tendenza o di moda:

la pizza per Giuseppe

Auriemma è amore allo stato puro, da quella più semplice a quella più elaborata, lui è uno che ama le sfide, ama sperimentare, trovare e provare sempre qualcosa di nuovo, a volte estremizzando.



Sferificazioni, gel, frutta e vegetali, carne e pesce, cotto e crudo: non c'è limite alla fantasia; così, per il nostro pizzaiolo napoletano in Sardegna, la pizza diventa mezzo di espressione, la formula magica con cui conquistare il palato dei suoi clienti. La cucina è un'alleata preziosa insieme ad una grande artigianalità, alla conoscenza del mestiere e delle materie prime. Da Etoma andare a mangiare una pizza è un'esperienza coinvolgente: servizio, pairing studiati con vino e cocktail, antipasti mai banali e ricercati e poi pizza napoletana e contemporanea, classica e gourmet, ricette vecchie e nuove, rivisitazioni. Tutto ciò merita una prova d'assaggio e anche qualche domanda per conoscere meglio Giuseppe Auriemma, il suo lavoro e la sua relazione con la pizza.



STORIE
DI
PIZZA

UN NAPOLETANO A CAGLIARI.

COSA CI FAI IN SARDEGNA?

In realtà sono un po' napoletano e un po' sardo, figlio di papà sardo con cognome campano e mamma napoletana doc. Ho passato la mia infanzia tra Cagliari e Napoli, praticamente sei mesi a Cagliari e sei mesi a Napoli.

PRIMA DOMANDA OBBLIGATORIA:

COSA SIGNIFICA ETOMA?

Il significato più bello del mondo, va letto al contrario e significa AMO TE. L'ho dedicato alla mia compagna per tutto quello che fa per me e per l'amore che provo e metto nel mio lavoro.

COME DESCRIVERESTI LA TUA PIZZA?

DI TERRITORIO, CONTEMPORANEA,

NAPOLETANA? E CHE RAPPORTO HAI CON LA SARDEGNA E COME LA RACCONTI SULLE TUE PIZZE?

Da sempre cerco di spingere la pizza napoletana in Sardegna (io faccio un prodotto che va tra la contemporanea e la classica). E qui in Sardegna sono a casa mia, così come mi sento a casa a Napoli: non faccio distinzione, anzi, le sento mie, fanno parte entrambe delle mie origini e tutto ciò mi permette di "creare". E con "creare" intendo miscelare le due culture, innovare e sperimentare nuove ricette. Tutto ciò non è solo merito mio, ho dei validi collaboratori che mi affiancano, come per esempio il mio chef, tra l'altro napoletano pure lui.

DANDO UN'OCCHIATA AL TUO MENU ABBIAMO TROVATO MOLTA RICERCA, CREATIVITÀ. È CORRETTO DIRE CHE HAI UNA TENDENZA GOURMET? QUANTA CUCINA C'È SULLA TUA PIZZA?

Questa è una bella domanda. Diciamo che ci lavoro su da parecchi anni ormai e devo dirti che anche lo chef mi dà molti spunti. Insieme cerchiamo di realizzare sempre qualcosa di molto elaborato ma che si riallacci comunque alla tradizione.

PARLIAMO ORA DI IMPASTI.

CHE TIPOLOGIA DI IMPASTO FAI?

Possiamo dire che ogni pizzaiolo crea un proprio impasto e lo gestisce a modo proprio. Io personalmente preferisco fare un "diretto in due step", mixando farina 0 con una ricca di fibre e opto per una maturazione minima di 48 ore.

QUAL È LA TUA PIZZA PREFERITA? QUELLA

PIÙ RICHIESTA? QUELLA CHE BISOGNA

ASSOLUTAMENTE ASSAGGIARE DA ETOMA?

La mia pizza preferita è la provola e pepe, perché mi ricorda l'infanzia, essendo cresciuto nel quartiere Materdei a Napoli dove c'è il maestro e amico Don Antonio Starita.

Mentre quella più richiesta è - dal primo giorno di apertura ad oggi - ovviamente la regina, la Margherita, anche se tra le speciali non posso non citare la Pugliese (Base rossa, fior di latte, olive taggiasche, pomodorini, prosciutto crudo, burrata stracciata, olio evo, basilico). Devi tenere in considerazione che, dietro al nostro menu, che cambia due volte l'anno, c'è un lavoro molto ricercato. Non saprei quale consigliarti nello specifico, cerchiamo di accontentare tutti i gusti. Ti direi invece che devi venire tu stessa a provare e trovare quella "assolutamente da ordinare".

Insieme verso la qualità

*Diego Vitagliano
per Cerutti Inox*



Anodizzata Dura
Leggera. Resistente. Rigida.

**50
TOP
PIZZA**

1° 50 Top Pizza Italia 2023
Miglior Servizio di Sala 2023
Goeldlin Award

SIGEP
THE DOLCE WORLD EXPO

**Padiglione D7
Stand 10**

20 | 24.01
Rimini 2024

ambiente

**Hall 8.0
Stand C84**

26 - 30.01.2024
Frankfurt am Main

COS'È PER TE LA PIZZA? E SECONDO TE IN QUESTO MOMENTO IN CUI LA PIZZA STA FACENDO MOLTO PARLARE DI SÉ E I PIZZAIOLI SONO LE NUOVE STAR, IL MONDO PIZZA DOVE STA ANDANDO?

Per me la pizza come dice il nome del locale è amore e passione. Dietro il nostro mondo ci sono tanti sacrifici. Bisogna ricordare però che il pizzaiolo nasce come un lavoro umile: siamo degli artigiani e, come tutti gli artigiani, studiamo e lavoriamo sulla materia prima per ottenere il massimo risultato, anche se oggi molti pensano che bastino un corso e qualche anno dietro il banco, magari sostenuti da un buon marketing, per spiccare tra tanti e "lodare" un prodotto che forse ha bisogno ancora di tanti anni di lavoro.

LA CARTA DEI VINI E LA MIXOLOGY SONO UN OTTIMO ABBINAMENTO CON LA PIZZA A MIO AVVISO: CHE POSTO HANNO DA ETOMA? C'È UNO STUDIO DEI COCKTAIL SULLE PIZZE?

La scelta del beverage è sempre un lavoro sinergico e diretto tra cucina e bar. Abbiamo il vantaggio di avere la location in una zona molto frequentata anche dopo cena, che ci ha portato naturalmente a dar tanto spazio alla cucina quanto al bar. Curiamo con attenzione la carta dei vini, abbiamo etichette sia locali che nazionali, anche per accontentare un pubblico che sta diventando sempre più attento ed esigente in materia: non ci si accontenta di una tradizionale pizza e birra ma si scelgono sempre più volentieri accostamenti con vini e bollicine.



QUANTO È PREPARATO IL CLIENTE AD UN'ESPERIENZA PIZZA COME SI FA NEL TUO LOCALE, DOVE L'ACCOGLIENZA E IL SERVIZIO SONO AL PRIMO POSTO E DOVE SI PUÒ FARE UN'ESPERIENZA DI WINE O COCKTAIL PAIRING?

L'accoglienza, il servizio, carte dei vini e dei cocktail sono tutti parte di un lavoro, che inizia con la pizza ma che si completa con tutti questi "accessori". Siamo parte di un settore più grande, il turismo, ma a noi piace dire che ci occupiamo di intrattenimento. I nostri clienti vengono per una pizza ma tornano perché, oltre alla pizza, c'è di più.



ETOMA - SCALETTE DI SANTA CHIARA,
09124 CAGLIARI (CA)
WWW.ETOMA.IT



Sanfelici



Buone Feste

www.sanfelici.it



STORIE
DI
PIZZA

L'ANTIDIVO

GUGLIELMO VUOLO, DA NAPOLI A VERONA

Guglielmo Vuolo è un pizzaiolo permeato di napoletanità nel cuore e nelle mani, un vero artigiano di tradizioni partenopee trapiantato nella bella Verona, nella quale ha portato la sua arte senza se e senza ma.

di Noemi Caracciolo

Oggi Guglielmo gestisce insieme a suo figlio Enrico la pizzeria "Guglielmo ed Enrico Vuolo" premiata con i Tre spicchi Gambero Rosso e definita miglior pizzeria napoletana del Veneto.

Un uomo non di molte parole, ma che attraverso sorrisi e spontaneità esprime tutta l'essenza della sua bravura e vivacità.

RACCONTAMI CHI SEI.

La madre di mia nonna, mia nonna, mio padre, io e poi i miei figli siamo tutti pizzaioli. Mio padre mi portò in pizzeria e, per non farmi sporcare, mi mise addosso un grembiule. Probabilmente quella è stata la scintilla.

DOV'ERA LA PIZZERIA

DI TUO PADRE?

Lui stava a Firenze e intorno al 1965 si trasferì a Napoli. Mio nonno aveva delle proprietà a Barra e babbo prese una pizzeria e una casa. I miei primi 7-8 anni li ho trascorsi a Barra (un quartiere di Napoli, ndr). Io ho aperto il mio primo locale nel 1983.

E RICORDI LA PRIMA PIZZA CHE HAI FATTO?

Ho fatto solo guai... sbagliando s'impara! Altrimenti non impari un cavolo. Sai che non ricordo che pizza fosse? Credo una Margherita.







STORIE DI PIZZA

COME TI SEI AVVICINATO INVECE ALL'ASSOCIAZIONE VERACE PIZZA NAPOLETANA?

Nell'88 chiesero l'adesione di alcune pizzerie, babbo non voleva aderire mai a niente ma disse che quella probabilmente era una cosa positiva. Io ero il numero 29 e lui 30. Prima della sua morte, papà fu dichiarato decano dall'Associazione. Io, per un po' di anni, non si è mai capito il perché, non sono mai stato chiamato a far nulla. Poi, all'improvviso, con l'avvento di un tipo di nome Stefano Auricchio (oggi direttore dell'Associazione, ndr) - molto antipatico, ma al quale voglio molto bene - è nata questa storia. Ho fatto tante esperienze all'estero, tante di quelle consulenze che non ricordo nemmeno quante. Anche per questo li ringrazio sempre. Ho avuto la possibilità di imparare molto. Oggi sono il capo istruttore dell'AVPN, anche se non faccio corsi da un po'.

L'ASPETTO PIÙ COMPLICATO DA TRASMETTERE?

Con i ragazzi di una volta non c'era niente di difficile: venivano per imparare il mestiere, avevano una capacità di apprendimento diversa da quella odierna. Oggi vengono perché vogliono imparare a fare i "gastrofighetti" (ridiamo). È diventato più complicato approcciare con loro, vogliono sapere tante di quelle cose che poi magari gli serviranno a poco o niente... Non tutti si sentono "già arrivati", ma capita spesso di trovarli.

PERCHÉ TI SEI TRASFERITO E COM'È STATO L'APPROCCIO CON VERONA?

Abbiamo aperto nel 2018 ma in realtà non c'ero quasi mai. Facevo un po' di cose tra Firenze, Londra, Stoccolma... Aprii un locale a Mergellina ma, per quanto il lavoro andasse bene, la società no. Così, mi trovai a Verona di passaggio per salutare mia moglie che stava lì per dare una mano a mio figlio, io dovevo andare a Dubai ma mi trovai bloccato lì. I contratti con l'estero erano finiti, la società a Mergellina chiusa e così, diciamo che è stata più una combinazione. L'impatto è stato ottimo. Non ho mai avuto problemi. Anche quando bacchettavo i clienti perché non facevo le pizze come

volevano loro. La spiegazione è stata la chiave di tutto: far capire al cliente anche perché stai pagando un euro in più o perché fosse sconsigliabile il gorgonzola con il pomodoro. Fino a prima del Covid, seminavo i pomodori giù, avevo una sorta di contratto con i contadini. Oggi questi ultimi sono gli stessi ma i pomodori e i semi non sono più i miei. Per tutto io mi rifornisco a Napoli, tranne per qualcosina tipo il prosciutto.

SEGUI LA TRADIZIONE?

Sì. (ridiamo). Mi sto accorgendo che quei sapori (il pensiero di quei sapori, almeno) rimarranno sempre. So che anche tu hai il ricordo della pizza che mamma ti faceva in un certo modo. È anche un fattore psicologico. Se quel periodo era bello, lo era anche tutto ciò che vedevi e mangiavi e non lo è ciò che invece vedi ora.

PARLAMI DEL TUO IMPASTO.

L'impasto è lo stesso. Se uno ha cambiato modo è perché le farine sono cambiate, non io. Ora c'è la farina forte, debole, per i panettoni ecc., prima era una per tutto.

COME VEDI IL FUTURO DELLA PIZZA?

Bene. Perché sono sicuro che si tornerà a fare quello che si è sempre fatto.

QUINDI TUTTE QUESTE MODE ODIERNE SONO PASSEGGERE SECONDO TE?

Non le cambierei in realtà. L'evoluzione in questo momento è così. Mio padre all'inizio non voleva l'impastatrice e avevamo la famosa *martola* (madia, ndr) a due persone per impastare a mano; poi si è convinto, l'ha presa ed è stata un'evoluzione. Come quando si è lasciato il lievito madre per il lievito di birra, una liberazione per il pizzaiolo che ha avuto un controllo differente sugli impasti. Ogni generazione ha le sue evoluzioni, positive o negative. E sarà sempre così.

TU LA TUA PIZZA COME LA DEFINIRESTI?

Sai che non lo so? Penso solo che sia buona secondo me. Però io continuo a fare quello che ho sempre fatto, non so, definitela voi! (*ridiamo*)



77

E ALL'ESTERO COME

VIENE VISTA LA PIZZA?

Molto bene. In realtà è la pizza napoletana che viene accettata e voluta.

PROPONIMI UNA SOLA PIZZA DA

ASSAGGIARE...

Andante di marinara. È da mangiare molto lentamente, per questo "andante": capperi, olive nere, Grana Padano grattugiato, aglio, origano e, fuori cottura, alici di Cetara.

PERCHÉ LENTAMENTE?

Perché i pomodori sono interi e tu li devi "schiattare" in bocca.

PROGETTI FUTURI?

Non so ancora cosa voglio fare da grande... (*ridiamo*) non lo so, il periodo è difficile, non tra i migliori, soprattutto nel senso di persone che ti possono affiancare.

Strapositivo!

Il mondo dell'arte bianca visto dal forno

Rinaldi Superforni è una storica azienda a conduzione familiare nata nel 1946 il cui scopo è progettare i forni tradizionali di un tempo in un futuro sempre più pratico e innovativo.

Abbiamo intervistato Roberto e Riccardo Rinaldi, due dei tre fratelli proprietari e Matteo Nicosi, R&D presso Rinaldi Superforni.

Roberto raccontami come nasce Rinaldi superforni e di cosa si occupa.

La nostra è un'azienda familiare, nata per caso grazie a mio nonno. Lui lavorava in Germania presso la Bosch, poi quando si trasferì a Massa un amico gli chiese: «Visto che capisci un po' di elettricità me lo fai un forno elettrico?» e così è nata la nostra storia. Oggi siamo alla terza generazione. Ci occupiamo di forni per l'arte bianca, per pizzerie, pasticcerie e panifici. Siamo in grado di analizzare la situazione e fare una nostra proposta. Non ci siamo limitati al campo alimentare, abbiamo costruito forni per svariati utilizzi: per utensili diamantati, il trattamento delle materie plastiche, del marmo... insomma, varie proposte. Possiamo fare qualsiasi tipo di progetto.

Matteo, qual è l'aspetto più complicato nella progettazione di un forno?

Inizia tutto dalle esigenze specifiche del cliente. Ci affianchiamo a un designer, Botto, che segue questa parte cercando di unire i tratti della tradizione – quindi la storica forma a colonna dei forni di una volta – alla nuova parte ingegneristica, più tecnologica. Il risultato è tradizione mista a novità. Controlli avanzati che permettano di svolgere assistenza da remoto e suggerire ai clienti soluzioni e un utilizzo più consono del prodotto.

Roberto quanto sono cambiati i forni da quando avete iniziato ad oggi?

Il più grosso cambiamento è stato dal punto di vista dell'elettronica. Al tempo del nonno, la scheda elettronica non si sapeva neppure cosa fosse: le grandi innovazioni sono andate in quella direzione.

Noi per adesso manteniamo la tradizione su tutta la linea di forni, per cui le resistenze

sono esattamente quelle che facevamo una volta. Le produciamo sempre noi. C'è stata evoluzione sull'utilizzo dei materiali e nell'attenzione verso le esigenze del cliente. Il tutto sempre sfruttando elettronica e potenzialità che ci offrono i software, al fine di rendere più agevole il lavoro per l'utilizzatore finale.

E come vi muovete nel rapporto con i compratori?

Ci rivolgiamo a una clientela svariata. Riguardo i tunnel industriali, noi siamo cresciuti grazie ai nostri clienti. Il loro feedback è fondamentale per far crescere la macchina in generale. Per le altre produzioni – come i forni da pizza – bisogna seguire le esigenze del mercato. Senza far questo, non è possibile sviluppare macchine in grado di esaltare al meglio i vari prodotti che ci sono. Noi facciamo questo dal punto di vista del prodotto, ma anche della gestione del locale.



a cura della redazione

Qual è il settore che maggiormente vi vede impegnati e quali le ultime novità?

Roberto: Quello della pizza.

Matteo: La nostra nuova proposta è un modello modulare disponibile in diverse configurazioni: la linea Optimus.

Sono disponibili diversi optional, tra cui tre avambocche e diverse tipologie di sportello. La prima, la dynamic, è una linea con sportello bilanciato, divisione dell'apertura nel lato sinistro e destro, così da poter agire sul forno da una parte senza perdere calore dall'altra. Uno sportello che permette apertura/chiusura tramite pala, a un minimo tocco sale, così da poter depositare il prodotto e con un piccolo colpetto quello si richiude; il modello elegance è pensato anche per l'utilizzo in teglia, è in stile abbastanza classico, molto elegante appunto. Ha un vetro che copre l'intera dimensione dello sportello e una maniglia "di design"; l'ultima, classic, è un'avambocca con cornice in pietra che rimane aperta, non ha un vero e proprio sportello, i pizzaioli sono molto soddisfatti dell'utilizzo.

Riccardo: Questa linea è una novità di quest'anno. Oltre a un aspetto funzionale e affidabile, abbiamo cercato di dare importanza anche all'aspetto estetico. L'idea è quella di rendere i prodotti personalizzabili e inseribili in qualsiasi tipologia di arredamento cambiando anche i materiali o i colori.

Date molta importanza anche all'estetica...

Sì, pare che su quello tecnologico siamo già abbastanza bravi! (sorridente)

Come vedete dal punto di vista imprenditoriale il futuro della pizza e l'evoluzione dei forni?

Roberto: Bella domanda! Per la pizza, noi abbiamo in serbo un bel progetto che non possiamo ancora svelare. Probabilmente lo sarà al prossimo Sigep. Dal mio punto di vista, fortunatamente, il mondo della pizza negli ultimi anni ha visto una cultura crescente. Fino a qualche decennio fa il pizzaiolo era un po' bisfrattato. Oggi c'è una ricerca nel settore che fa bene a tutto il comparto. Dà modo di procedere verso una crescente collaborazione tra chi produce le macchine e chi i prodotti finali. È dall'unione di entrambe le cose che viene fuori qualcosa di eccellente.



OPTIMUS

Riccardo: Il futuro della pizza lo vedo bene perché fortunatamente da diversi anni si è alzato il livello di competenza di chi la fa. Prima, nel mondo dell'arte bianca, c'erano i panettieri che erano i grandi produttori, i pasticceri che erano gli artisti e poi c'erano i pizzaioli, il mondo della pizza era visto "più giocoso", diciamo più leggerino. Nell'ultimo decennio si è molto professionalizzato, ora di più e si è un po' staccato dalle tradizioni. Si è legato alla sperimentazione e alla cucina. Vedo un buon futuro, sia dal punto di vista artigianale che industriale. C'è solo da sperare che i ragazzi abbiano voglia di intraprendere questo mestiere, oggi non è facile trovare chi sia disposto.

Perché dovrei scegliere proprio il vostro forno?

Roberto: Perché siamo bravi... (ride) A parte gli scherzi, sicuramente il nostro è un marchio storico e ciò vuol dire che c'è della sostanza. I forni da un punto di vista operativo sono robusti, affidabili, non ti abbandonano mai e dietro c'è una squadra di persone appassionate del loro lavoro.

INTERVISTE

***Riccardo, quanto è cambiato il mondo della vendita dal punto di vista commerciale negli ultimi anni?***

Secondo me moltissimo. Da quando è arrivato Google e il mondo è globalizzato, i clienti paradossalmente ne sanno più di noi.

Ritieni che sia positivo?

Strapositivo. Da un certo punto di vista ci rende la vita più facile. A noi basta dire chi siamo, cosa facciamo e quanto costiamo. Prima era diverso, c'era anche più spazio per raccontare bazzecole, oggi non serve più. Si gioca a carte scoperte e io la trovo una cosa ottima.

Qual è l'aspettativa di vita di un forno?

Roberto: Non di rado, ci capita di ritirare forni che aveva venduto il mio babbo, quindi dopo 30-40 anni.

Matteo: A volte, rispondendo al telefono dell'assistenza, ci meravigliamo chiedendo la data di produzione del forno che spesso è vecchissima. Ci chiamano per dei forni che sono stati prodotti quando io non ero ancora nato. Certe risposte fanno piacere.

Quali sono le principali differenze tra i vari forni?

Roberto: Spaziamo dai piccoli forni per utilizzo domestico fino a grandi impianti industriale o anche per piccoli pub, locali, pizzerie, pasticcerie, panetterie, forni a tunnel, fuori serie, impianti customizzati... In linea di produzione, si parla di tunnel di svariati metri. Diciamo che la differente tipologia di prodotto implica differenti temperature di utilizzo. Per l'utilizzo domestico o quelli più piccoli, in genere siamo intorno ai 350°, per i modulari arriviamo a 500°. In pasticceria e panificio, scendiamo a 300°: le esigenze sono molto diverse. Per pani speciali, tipo il carasau in Sardegna, saliamo e arriviamo addirittura a 650° con tempi di cottura veramente brevi, di tipo 15 secondi.



A Natale
panettone
o pandoro?
**L'importante
è che sia
cotto bene.**

www.rinaldisuperforni.com



📍 v. Dorsale - 38, 54100 Massa
(MS)

✉ info@rinaldisuperforni.com

☎ (+39) 0585 250251

STORIE
DI
PIZZA

A OGNI PIZZA IL SUO PIATTO

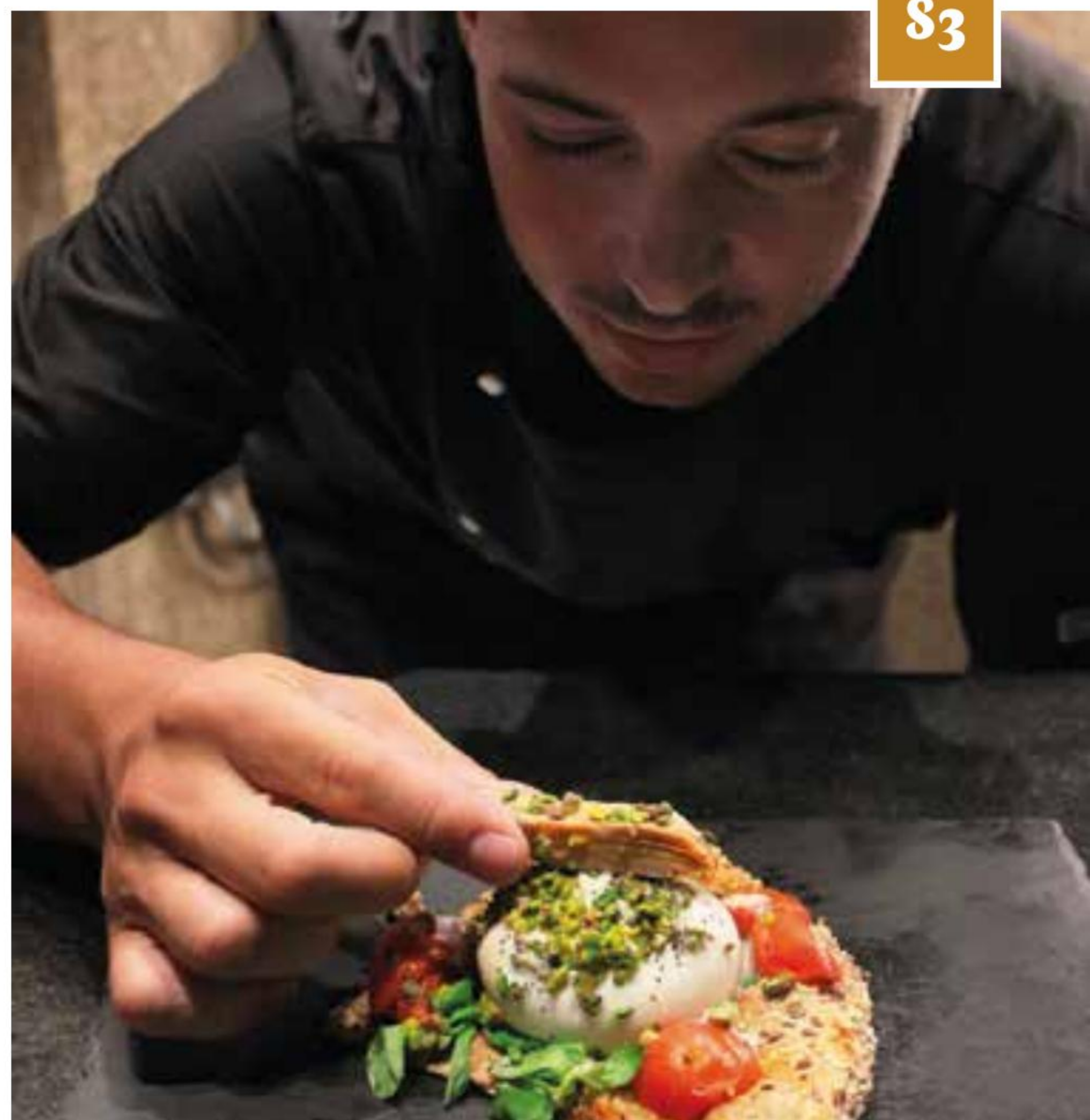
David G.



di G.F.



Siamo a Milazzo, città - penisola circondata dal mare, in provincia di Messina, crocevia di turisti che si dirigono verso le Eolie. Qui, non molto lontano dal porto, c'è "Non solo pizza" di David Gitto, una moderna pizzeria - ristorante che ha una storia di ben 60 anni.



DAVID GITTO, NON SOLO PIZZA, MILAZZO

SOPRA
David Gitto
immagine
dalla pagina
Facebook
della pizzeria

Tutto comincia nel 1963 con la tavola calda / gastronomia della nonna di David, punto di riferimento della città, posto del cuore del pizzaiolo, in cui trascorre la sua infanzia per innamorarsi di questo lavoro, nonostante la nonna gli consigliasse di fare altro nella vita. Lui David, figlio di un ingegnere e una casalinga, la cucina e la ristorazione le aveva respirate da sempre e il suo destino era già segnato, così dalla sua prima pizzeria d'asporto al "Non solo pizza" di oggi è riuscito a creare un format intorno alla pizza contemporanea vincente su tutto il territorio.

DAVID, COME TI AVVICINI

ALLA PIZZA E QUAL È IL TUO PERCORSO ?

Seguo le orme di mia nonna, che mi sconsigliava vivamente di fare questo mestiere ma, avendo trascorso tutta la mia infanzia nel suo locale, per me era naturale che, finiti gli studi, intraprendessi questa strada. Ho avviato così una piccola pizzeria d'asporto in cui il pizzaiolo non ero io. Il gioco è durato fin quando il pizzaiolo ufficiale non

decise di mollare e così io, che fino a quel momento avevo osservato a distanza, ho capito che dovevo mettermi in gioco totalmente e prendermi tutta la responsabilità. Proprio in quel periodo, nonna ha deciso di andare in pensione e io ho trasferito la mia pizzeria nel suo locale. Ho fatto diversi corsi con grandi professionisti e, durante la pandemia, mi sono esercitato all'infinito. Se sono riuscito nell'impresa è solo per la mia testardaggine: ho sempre saputo che pizza volevo fare e non ho mai mollato fin quando non ci sono riuscito. E continuo a lavorarci sempre, mi piace sapere che la mia pizza è tra le migliori in Sicilia. È una gran bella soddisfazione.

COSA RAPPRESENTA LA PIZZA PER TE?

Per me la pizza è uno stato d'animo, sia per chi la fa che per chi la mangia. Ogni sapore ci riporta a un ricordo, un'emozione, un momento e, in ogni mia pizza, cerco di trasmettere ciò che mi piace, che mi rende felice o magari interpretare ciò che ho mangiato e mi ha particolarmente emozionato.



PARLACI DELLA TUA PIZZA.

La mia è una pizza contemporanea, faccio un impasto classico con farina germogliata, 24 ore di massa a temperatura controllata e 48 ore di maturazione. Poi mi piace lavorare anche con impasti alternativi, a base di farina integrale di tipo 1 e cereali, che riscuotono un bel successo. Il mio cavallo di battaglia è però il padellino cotto a vapore, che lavoro con alta idratazione e prefermento, utilizzando dei blend di farine a base di germogli, avena, mais, ceci, orzo che regalano grandi profumi e aromi. E poi sui topping, a parte le pizze classiche sempre

richieste, come la pizza con la burrata o la mortadella e pistacchio, mi piace giocare con gli abbinamenti sia crudi che cotti e trovare sempre delle formule di sapore nuove. Penso che il futuro della pizza vada nella direzione della cucina. Proprio per questo mi piace coinvolgere anche gli chef amici di altri ristoranti. E poi ho un cura maniacale per l'aspetto visivo, non solo per la composizione sul disco di pasta ma anche per la scelta delle ceramiche. Pensa: ogni pizza ha il suo piatto.

A PROPOSITO DI PISTACCHIO, TU HAI IN CARTA UNA PIZZA CHE SI CHIAMA BRONTE. DA SICILIANO NON TI PARE CHE DA QUALCHE ANNO SI STA ESAGERANDO CON TUTTO QUESTO PISTACCHIO SULLA PIZZA?

La mia Brontè è una pizza molto scenografica e penso piaccia per questo. Ha i bordi ripieni di pistacchio e viene preparata con crema di pistacchio, fiordilatte e, in uscita, mortadella, basilico prodotto nel nostro orto e provola affumicata tagliata al coltello. Confermo però che negli ultimi tempi si vede pistacchio ovunque (e non solo pistacchio) ma credo (e spero) che siamo arrivati al capolinea.

CHE RAPPORTO HAI CON IL TERRITORIO E COSA PORTI DELLA SICILIA NELLA TUA PIZZA?

Lavoro molto con il km. 0 e con fornitori locali: tutto quello che metto sulla pizza è di zona, dalla Duma al caciocavallo ragusano, alle caciotte di Montalbano e alla ricotta salata che mi faccio fare da un caseificio qui vicino. Anche gli allevatori, macellerie e salumerie sono dell'area siciliana.

LA TUA PIZZA PREFERITA E QUELLA PIÙ RICHIESTA NELLA TUA PIZZERIA?

La mia pizza preferita è (e resta) la Margherita con basilico e origano, che mi riporta all'infanzia. Per quanto riguarda le pizze più gettonate, ci sono la pizza al padellino con gambero e tartufo con un crudité di gambero aromatizzato al limè e arancia rosa, stracciata di bufala, porro fritto, scaglie di tartufo e basilico cristallizzato.





COME TI VEDI TRA QUALCHE

ANNO E COSA TI PIACEREBBE FARE?

Mi vedo sempre qui nel mio primo locale. Anche se dovessi crescere, sono legato alla mia terra e alla mia famiglia che lavora con me. E poi mi piacerebbe godermi di più i miei spazi, anche se il lavoro che faccio mi piace e mi diverte.

NON SOLO PIZZA È IL NOME

DEL TUO LOCALE: COS'ALTRO

DOBBIAMO ASPETTARCI?

Siamo aperti sempre a pranzo e a cena con una proposta semplice e veloce di ristorazione, che comprende una serie di piatti del giorno, primi a base di pescato locale che variano a seconda delle disponibilità e secondi a base di carne alla griglia, tra cui anche i famosi involtini alla messinese e la salsiccia al coltello. Ovviamente usiamo tutte materie prime locali ed è tutto fatto da noi, dolci compresi.

SEI STATO A "CASA SANREMO"

COME PIZZAIOLO: CI RACCONTI

LA TUA ESPERIENZA?

Devo ringraziare Enzo Piedimonte e Carmelo Pistritto, con cui ero in team in rappresentanza della Sicilia e che mi hanno voluto con loro. Un'esperienza bellissima che ho realizzato come vera solo quando sono arrivato lì, in mezzo a tanti artisti e tanti maestri della pizza. Tante emozioni forti, che avrò la fortuna di rivivere anche per il prossimo anno.

STORIE DI PIZZA





Consigli per un “cenone” *Gluten Free*

Le origini del cenone possono essere ricondotte a diverse culture antiche. Nell'antica Roma, per esempio, si svolgevano banchetti lussuosi durante le festività, in cui venivano serviti cibi prelibati e si faceva festa fino a tarda notte. Questi banchetti erano spesso associati a celebrazioni religiose o festività.

In epoca cristiana, il cenone si è legato alle celebrazioni della Vigilia di Natale e di Capodanno. Durante la Vigilia di Natale, in molte tradizioni cristiane, si osservava il digiuno in attesa della nascita di Gesù. Il pasto della Vigilia di Natale, dunque, assumeva un significato particolare e veniva preparato con cibi specifici, a volte senza carne, come il pesce e si concludeva con il cenone della notte tra il 24 e il 25 dicembre.

Il cenone di Capodanno, invece, ha origini legate a credenze e superstizioni. In molte culture, mangiare certi cibi alla mezzanotte del 31 dicembre simboleggia la fortuna e l'abbondanza per il nuovo anno. Ad esempio, le lenticchie sono considerate un simbolo di prosperità in alcune regioni italiane, mentre il maiale rappresenta l'abbondanza e il progresso in molte culture europee. Spesso, il cenone di festa è associato a piatti abbondanti,

di Alfonso Del Forno

~ Antipasto ~



Uno dei piatti forti del cenone è l'insalata di mare, portata ricca e fresca, che vede protagonisti il polpo, i gamberetti, i calamari, le cozze e le vongole. Questa insalata di mare con polpo è una prelibatezza che unisce la morbidezza del polpo alla freschezza dei gamberetti, dei calamari e dei molluschi, il tutto condito con il profumo dell'aglio, del prezzemolo e del succo di limone. È un antipasto delizioso e invitante che può essere servito freddo, perfetto per un cenone senza glutine. Altro piatto presente sulle tavole tra gli antipasti è l'insalata di rinforzo, un piatto tipico della tradizione culinaria napoletana, particolarmente legato alle festività natalizie. È un'insalata marinata, ricca di sapori e consistenze, preparata con diverse verdure sott'olio e sott'aceto, arricchita da acciughe, olive, capperi, baccalà e altri ingredienti. Il termine "rinforzo" deriva dal concetto di rinforzare o arricchire un piatto con gli avanzi delle festività. Nella tradizione partenopea, l'insalata di rinforzo è nata come modo per riutilizzare gli avanzi delle portate natalizie, in particolare le verdure sott'olio che, miscelate insieme, creavano un piatto nuovo e gustoso. Questo piatto rappresenta un esempio di cucina povera e creativa,

ricchi e gustosi, spesso legati all'uso del glutine in molte delle portate tradizionali. Tuttavia, questo non deve essere un vincolo assoluto. Esistono infinite possibilità per creare un cenone festivo e soddisfacente senza l'utilizzo di glutine in nessuna delle preparazioni. Nel seguente menu per il cenone di Capodanno, esploreremo piatti che non solo sono esenti da glutine, ma offrono una vasta gamma di sapori, ingredienti freschi e portate gustose che accontentano tutti i palati, indipendentemente dalle restrizioni dietetiche. La festa non si limita all'abbondanza del cibo, ma si estende alla gioia di condividere momenti speciali e creare memorie durature con amici e familiari, attraverso piatti che sono non solo privi di glutine, ma anche straordinariamente deliziosi.



~ Primi piatti ~

dove gli ingredienti disponibili venivano reinventati per creare un nuovo piatto ricco di sapore, perfetto per i giorni successivi alle festività.

Il risultato è un'insalata colorata e aromatica, dal sapore agrodolce e deciso, che può essere servita come antipasto durante il cenone. È un piatto versatile che, nonostante la sua umile origine, è diventato un'icona della gastronomia napoletana, amato per il suo gusto unico e per la sua capacità di portare avanti una tradizione centenaria. L'insalata di rinforzo è diventata un simbolo di convivialità e di riscoperta delle tradizioni culinarie regionali, mantenendo viva una storia legata alla cucina casalinga e alle abitudini di condivisione e rispetto degli alimenti, che rende questo piatto così prezioso nella cultura napoletana.

Il risotto alla pescatora è un piatto ricco e saporito che potrebbe benissimo essere incluso nel cenone per diverse ragioni legate alla tradizione e al suo gusto invitante. Considerando il simbolismo dell'abbondanza, il cenone è spesso associato all'augurio di prosperità e abbondanza per il nuovo anno. Il risotto alla pescatora, preparato con una varietà di frutti di mare come gamberi, cozze, vongole, calamari e polpo, rappresenta in sé un piatto ricco e sontuoso, simboleggiando l'abbondanza e la ricchezza di sapori che si desidera per il futuro. Considerando la stagionalità, i frutti di mare sono spesso al massimo della freschezza verso la fine dell'anno, rendendo il risotto alla pescatora un piatto ideale per il periodo delle festività di fine anno. Il risotto alla pescatora è un piatto che può essere personalizzato secondo i gusti e le preferenze, permettendo di variare gli ingredienti in base alla disponibilità e ai desideri personali. Si può arricchire con erbe aromatiche, pomodori freschi, aglio, vino bianco e altri ingredienti che aggiungono profondità di sapore, tutto assolutamente senza glutine. In alternativa al risotto, naturalmente privo di glutine, si può usare una pasta secca lunga come spaghetti o linguine senza glutine da condire con le vongole.



~ Secondi piatti ~

Gamberoni e pesce alla brace: questo piatto prevede la cottura diretta dei gamberoni e del pesce sulla griglia, conferendo loro un sapore affumicato e una leggera crosticina. I gamberoni vengono marinati con olio d'oliva, aglio, prezzemolo e limone prima di essere grigliati. Il pesce, come orata, branzino o sogliola, può essere spennellato con olio d'oliva e aromi freschi come rosmarino e timo prima di andare sulla brace. La grigliatura esalta i sapori naturali del pesce, rendendolo succulento e delizioso.



IL GUSTO DI UNA VOLTA,
OGGI.

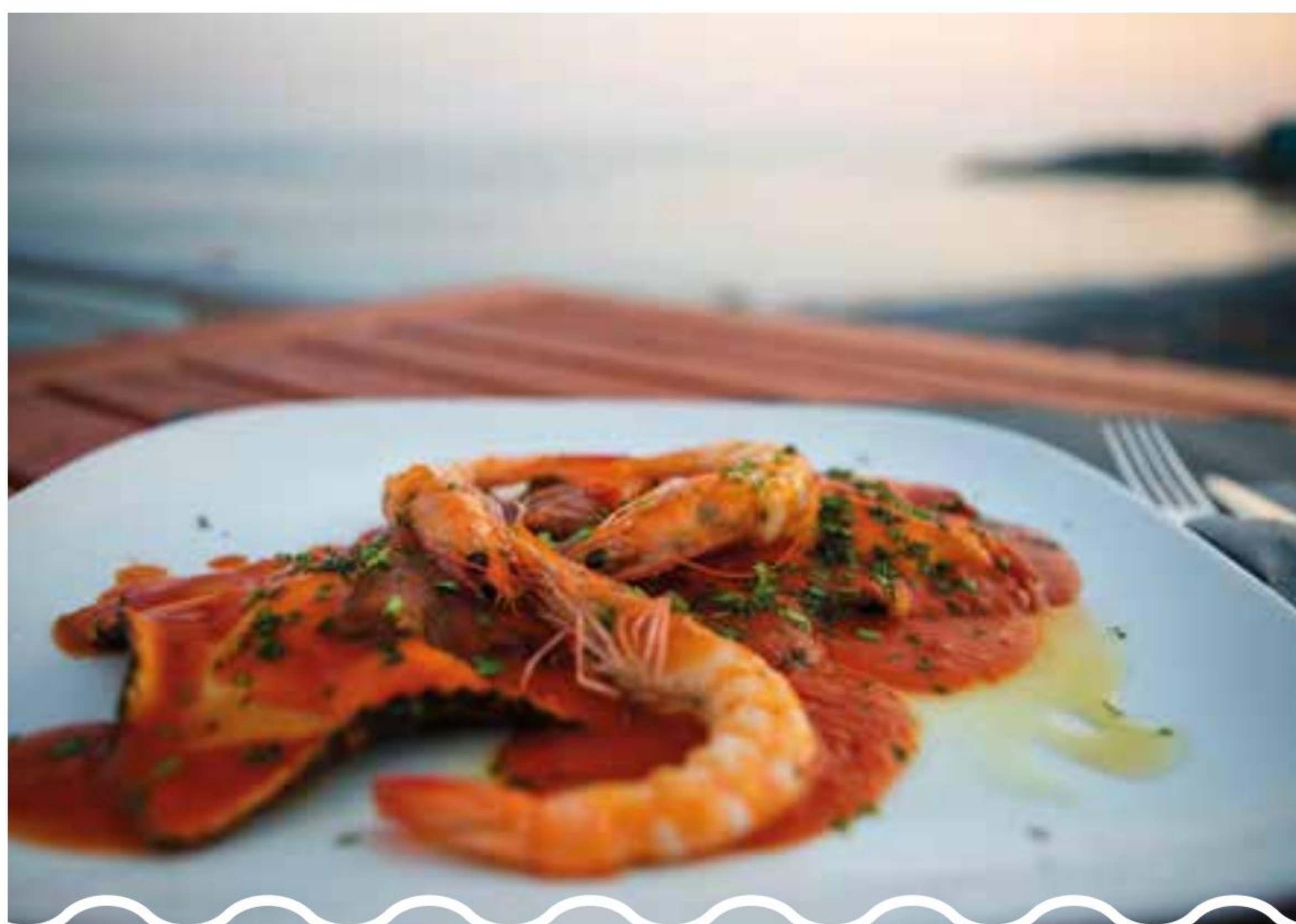


Dal' 20 al 24 Gennaio 2024, vieni a scoprirlo a **SIGEP, PAD. B5 - STAND 067**

Gamberoni in umido: questa ricetta prevede di cuocere i gamberoni in una salsa ricca e saporita. Si inizia rosolando aglio e peperoncino in olio d'oliva, aggiungendo poi pomodori freschi o passata di pomodoro. Una volta che il sugo si è insaporito, si aggiungono i gamberoni e si lasciano cuocere fino a quando diventano rosa e teneri. Si può aggiungere prezzemolo fresco o basilico per completare il piatto.

Frittura di pesce con panatura di farina di riso: la frittura di pesce senza glutine può essere preparata usando la farina di riso per creare una panatura leggera e croccante. Il pesce fresco viene tagliato a pezzi, passato nella farina di riso e poi fritto in olio caldo fino a quando diventa dorato e croccante. Si possono includere vari tipi di pesce come calamari, gamberi, sogliole, per creare una frittura mista deliziosa.

Baccalà fritto in pastella di riso: il baccalà può essere tagliato a pezzi, immerso in una pastella leggera realizzata con farina di riso e acqua frizzante per renderla croccante, e poi fritto fino a doratura. La pastella di riso conferisce una croccantezza leggera al baccalà, rendendolo croccante all'esterno e morbido all'interno.



Pesce al forno: il pesce al forno è un'opzione salutare e gustosa. Si possono utilizzare filetti di pesce, come salmone o merluzzo, conditi con olio d'oliva, succo di limone, erbe aromatiche come timo e rosmarino, e quindi cotti nel forno fino a quando il pesce risulta morbido e delicato.

~ Dolci ~

Ci sono diversi dolci tradizionali del cenone di Capodanno che sono naturalmente senza glutine e deliziosi. Ecco alcuni esempi:

Il *torrone* è un dolce classico delle festività natalizie. Si tratta di una preparazione a base di miele, zucchero, albumi d'uovo e mandorle (o nocciole).

Esistono varie versioni regionali, come il torrone morbido (tipo “morbido di Cremona”) o quello duro. Il torrone classico, a meno di particolari aggiunte, è naturalmente privo di glutine.

I *croccanti* sono dolcetti composti principalmente da zucchero caramellato e mandorle o nocciole. La preparazione è abbastanza semplice, richiede la tostatura delle mandorle o delle nocciole e la loro unione con zucchero caramellato, lasciato raffreddare e quindi spezzettato in pezzi. Solitamente, non contengono glutine.

Frutta secca glassata come mandorle, nocciole, noci e altre frutta secca vengono spesso glassate con zucchero per creare dolcetti gustosi e decorativi. Questi dolci sono naturalmente privi di glutine e possono essere preparati in vari modi.

Il gluten free, al contrario di quanto si possa pensare, non limita la varietà o la bontà dei piatti. È possibile realizzare un cenone senza compromessi, offrendo un'esperienza culinaria deliziosa e sicura per tutti, senza l'inclusione di glutine. Scegliere un menu completamente senza glutine non solo può essere una scelta consapevole per chi segue una dieta specifica ma può anche essere un'opportunità per scoprire nuovi sapori, esplorare ingredienti alternativi e apprezzare la cucina in modo diverso.



La soluzione per tutte le friggitrici

VITO un grande aiuto in cucina: friggi nell'olio pulito tutti i giorni

- 🔥 Risparmio olio fino al 50%
- 🔥 Olio pulito in 5 minuti
- 🔥 Fritti di qualità garantita
- 🔥 Friggitrici sempre pulite

ANCHE QUEST'ANNO
CI TROVATE AL

SIGEP

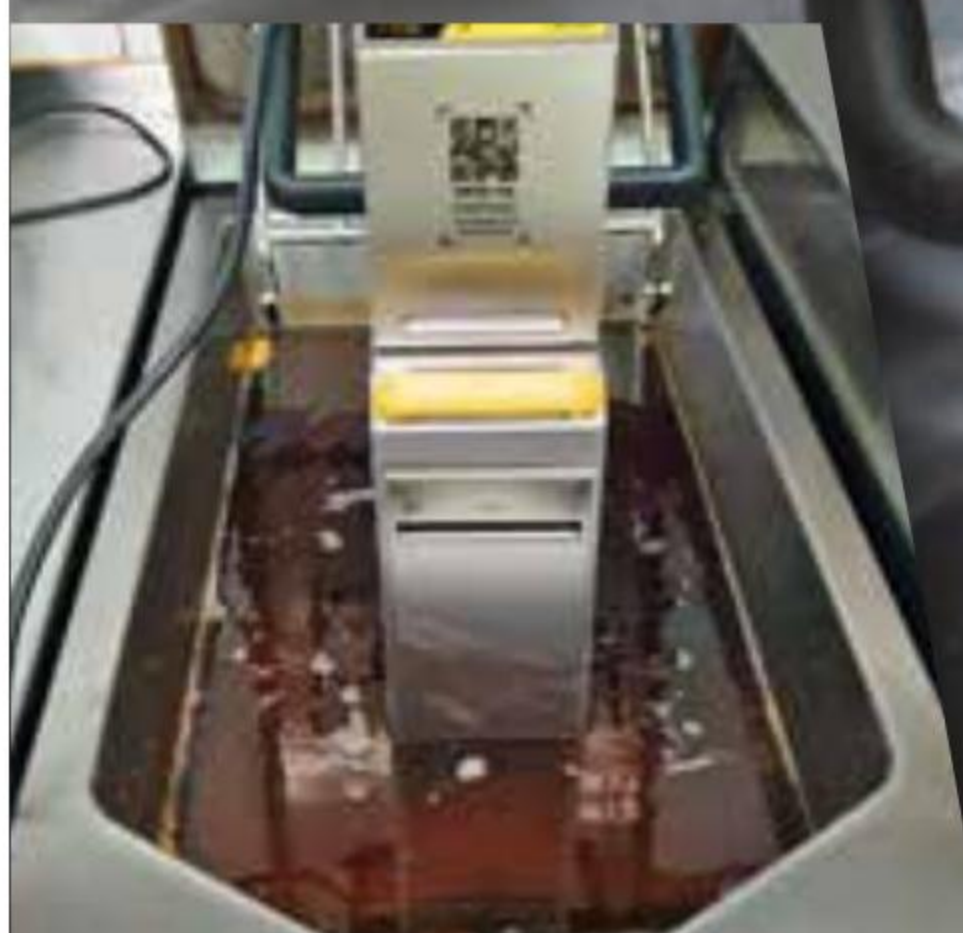
THE DOLCE WORLD EXPO



Friggitrici standard/da banco



Pasticceria/Panificio



Cooking Center/Brasiero



www.vitoitalia.it #vitofilter
Tel. 0438 460235



Andar per cipolle

Mappatura tricolore di un'eccellenza agroalimentare

di Caterina Vianello

*Tra gli ortaggi più antichi consumati dall'uomo, la cipolla – per la precisione *Allium cepa*, il bulbo odoroso della famiglia botanica delle Liliacee – ha una storia che ne testimonia le alterne fortune, o meglio l'alterna considerazione di cui ha goduto. Originaria del continente asiatico, probabilmente della zona dell'Asia Centrale (Iran, Afghanistan o Pakistan), era tenuta in grande reputazione dagli Egizi, che la veneravano alla stregua di una divinità. La sua rappresentazione negli affreschi delle tombe dei faraoni conferma il fatto che il ruolo che le veniva assegnato era quello di testimone di giuramenti o lasciapassare per l'aldilà, per i defunti: la forma e gli anelli concentrici erano infatti simbolo di vita eterna. Se pare che Alessandro Magno ne prevedesse il consumo per le truppe, per accrescerne il valore, già in epoca classica le cipolle erano classificate secondo origine e qualità organolettiche. Così, Discoride segnalava che la varietà bianca fosse più adatta all'uso alimentare mentre la rossa ad uso curativo e Galeno ne confermava*

l'ipotesi, facendo leva sul potere del colore rosso. A cavallo tra dimensione gastronomica ed uso medicale – come molti altri ortaggi, segno di una commistione dei saperi, tipica dell'antichità – la cipolla vede così giocare un doppio ruolo. A tavola non mancano i consigli di Apicio, autore di uno dei primi libri di cucina (VIII-IX secolo), mentre la medicina evidenzia le virtù di stimolare l'apparato digerente, risolvere problemi di ritenzione e migliorare la circolazione. Si aggiungono poteri afrodisiaci e capacità di lenire tosse e guarire le bronchiti, così come di calmante in caso di punture d'insetti, ascessi o ustioni. Al di là di simbologie, credenze e miti popolari, resta il fatto che la cipolla rappresenta uno degli ingredienti più importanti e versatili della nostra cucina, capace di farsi base invisibile – come nel caso dei soffritti – da cui partire per molti dei condimenti tradizionali, in grado di diventare contorno, o addirittura contenitore, in versione ripiena. Per renderle giustizia, ma soprattutto per conoscere la notevole ricchezza del nostro patrimonio agricolo, ecco un viaggio tra le regioni italiane e le varietà di cipolle, guidati dal loro profumo e dal loro sapore inconfondibile.





Cipolla rossa di Tropea IGP

Forse la più nota di tutte, dalla forma ovale, colore fucsia acceso – dovuto alle antocianine - e gusto dolcissimo, la Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP viene prodotta nella costa tirrenica calabrese medio-alta, in diversi comuni in provincia di Cosenza, Catanzaro e Vibo Valentia. Diversi gli ecotipi - Tonda Piatta (primaticcia), Mezza Campana (medio precoce) e Allungata (di maturazione tardiva) - e le tipologie - Cipollotto, Cipolla da Consumo Fresco e Cipolla da Serbo – con periodi di raccolta diversi. Dalle fonti sembra che l'introduzione della cipolla nel bacino mediterraneo e in particolare in Calabria, si debba prima ai Fenici e poi ai Greci. Venduta ed esportata via mare in Tunisia, Algeria e Grecia, fu oggetto di recensioni entusiastiche di viaggiatori tra '700 e '800 a testimonianza di come il suo sapore peculiare fosse già apprezzato all'epoca. La piacevolezza al palato si deve a fattori genetici, climatici e pedologici, che di fatto rendono il prodotto irripetibile se coltivato altrove. Dà il meglio di sé nella preparazione di insalate, in abbinamento con altre verdure e formaggi. Disidratata, può essere usata nella preparazione di sughi, mentre i bulbi di piccola pezzatura rendono al massimo nella preparazione di sottaceti. Ottima anche la resa di marmellate e mostarde, eccellenti se abbinate ai formaggi e alle carni.

Cipolla di Certaldo

Presente già nell'antico stemma di Certaldo del XII secolo, questa delizia toscana è citata da Boccaccio nel suo Decameron, il quale sottolinea come quel “terreno produca cipolle famose per tutta la Toscana”. Ha gusto dolce e particolare (la dolcezza è della varietà ‘statina’, il pungente nella ‘vernina’), forma rotonda con caratteristico schiacciamento ai poli, colore rosso-violaceo con tuniche interne di color bianco-rossastro e pezzatura medio-grossa. Presidio Slow Food, è particolarmente indicata per preparare golose zuppe.

Cipolla bianca di Margherita IGP

Andiamo in Puglia per un altro prodotto a marchio Igp: si tratta della Cipolla Bianca di Margherita, tipica della fascia costiera adriatica nel territorio del comune di Margherita di Savoia, in provincia di Barletta-Andria-Trani e dei comuni di Zapponeta e Manfredonia, in provincia di Foggia. Gli ecotipi sono Marzaiola o Aprilatica (tipologia precoce), Maggiaiola (medio-precoce), Giugnese e Lugliatica (di maturazione tardiva). Con i bulbi bianchi, ha sapore dolce e succulento, è tenera e croccante e molto zuccherina, particolarità che deriva dalla particolare tecnica di coltivazione, che si è sviluppata su terreno sabbioso, con falda acquifera molto superficiale. Riferimenti storici sulla commercializzazione si ritrovano agli inizi dell'Ottocento, anche se è solo dalla metà Novecento che la presenza sui mercati si fa più rilevante.

Indicata come contorno di piatti di carne o pesce, si presta ad essere cucinata in umido e sulla griglia, in padella o al forno. Si può usare anche cruda, in insalata, con patate lessate oppure cetrioli e carote, condita con olio extra vergine di oliva, o cotta, in zuppe e minestre.



Cipolla di Cannara

Le prime testimonianze risalgono al Cinquecento per questa varietà coltivata in provincia di Perugia. Ha sapore delicato e polpa tenera. Tre sono i tipi: la rossa, la dorata e la piatta, ognuna con caratteristiche diverse.

Cipolla belendina di Andora

Tra le provincie di Savona e Imperia, in Liguria, ecco un Presidio Slow Food che deve il suo nome all'agricoltore, Trentino Bellenda, detto Trentin (classe 1926), che ha iniziato a coltivarla, a produrre il seme e a distribuirlo ad altri contadini, salvandola dalla scomparsa. Secondo una leggenda popolare sarebbe arrivata dal mare, portata a inizio '800 da Settimio Denegri, giovane marinaio e poi contadino, mezzadro di una famiglia torinese che possedeva una grande proprietà ad Andora. È rossa, dolcissima ma con note piccanti, dalla forma a fiasco e dalle dimensioni molto grandi: può arrivare a superare il chilo. È adatta a diversi tipi di preparazioni e perfetta per condire la focaccia.



Cipolla bianca di Chioggia

Tra cipollotto, varietà precoce e agostana, la cipolla bianca di Chioggia, perfettamente tonda e croccante, è l'ideale accompagnamento per due grandi piatti della tradizione veneziana: le sarde in saor, con uvetta e pinoli e il fegato alla veneziana.

Cipolla rossa di Breme

Siamo in Provincia di Pavia, per una cipolla nota sin dal 900 d.C. Ha un ciclo di produzione molto lungo, realizzato manualmente. Il sapore è persistente ma pacato e si contraddistingue per una dolcezza che le è valso il soprannome "La Dolcissima". Oltre ai piatti classici, è ottima per marmellate e mostarde ma anche per uno dei piatti tipici della zona, l'insalata bremese con cipolla, tonno e fagioli.

Cipolla bionda di Cureggio e Fontaneto

Siamo in provincia di Novara e la tradizione vuole che i produttori della zona si recassero quotidianamente alla stazione ferroviaria di Cureggio a spedire le loro cassette di cipolle destinate ai mercati di Milano e Torino. Questa tipologia è piatta e dolce, recuperata come Presidio Slow Food e ottima per la frittata rognosa e la rustida, un secondo a base di carne e frattaglie di maiale.

Cipolla di Brunate

Globosa e leggermente schiacciata al centro, dal colore bianco e dal profumo intenso e fragrante, questa cipolla è tipica del comasco e se ne hanno notizie fin dal XVI secolo da alcuni scritti nei quali gli abitanti del paese erano chiamati "scigulatt" ossia venditori di cipolle, a conferma dell'importanza del prodotto nell'economia locale. Ha sapore molto intenso ma delicato e notevole croccantezza. Si consuma in abbinamento alle carni di maiale.





ventidue
comfortable disposable

Purewhite PERSONALIZED NAPKINS

Personalizzare con il proprio logo significa comunicare valore e attenzione ai dettagli.

L'attenzione per il cliente e la cura nella preparazione si comunica anche attraverso piccoli accorgimenti, che spesso fanno la differenza. Firmare gli accessori con il vostro logo renderà la tavola più esclusiva e originale, arricchendo il vostro ambiente di un'atmosfera unica e ricercata.



**RICHIEDI LA
CAMPIONATURA
GRATUITA ALLO
049 5855295**



@ventiduegroup



ventidue

VENTIDUE S.R.L.
Via Mons. G. Babolin, 13
35024 Bovolenta (PD)
ITALY

TEL. +39 049 5855295
info@ventiduegroup.com

ventiduegroup.com

Cipolla bianca di Fara Filiorum Petri

Bianca, dalla forma schiacciata e dal sapore dolce, è una delizia che si coltiva dal 1300 – inizialmente per opera dei monaci - in Val di Foro, nel cuore dell'Abruzzo, in provincia di Chieti. Ha consistenza carnosa, aroma intenso e pezzatura elevata. Protetta da Presidio Slow Food, in cucina può essere consumata da sola, cruda in insalate estive, alla brace o nella cipollata, lo stufato di cipolle e olio.

Cipolla paglina di Castrolibero

Presidio Slow Food in provincia di Agrigento, deve il nome alla veste color giallo pallido. I bulbi sono di grande pezzatura e hanno aroma gradevole e dolce. Versatile in cucina, è ottima da cruda mentre in cottura vale la pena provarla nella cipuddata e nella frittata di cipuddetti.

Cipolla di Banari

Siamo in Sardegna, nel sassarese: qui si coltiva una varietà con tunica esterna di colore paglierino-dorate, con interno avorio brillante. Di sapore particolarmente dolce, si presta a svariati usi in cucina, come contorno o piatto unico.

Cipolla dorata di Parma

Bulbo giallo dorato a forma di trottola, grosso e sodo, polpa di colore bianco avorio e sapore forte: la dorata di Parma è una delle regine della nostra cucina, base per soffritti, sughi, brodi. Una colonna portante della tradizione gastronomica italiana.

Cipolla di Suasa

Coltivata tra Pesaro-Urbino e Ancona (nei comuni di San Lorenzo in Campo e Castelleone di Suasa), almeno dall'inizio del '900 ha tuniche esterne di colore rosa-ramato, tuniche interne violacee e sapore dolce. Rischia di scomparire ma è stata recuperata una ventina di anni fa ed è oggi un prodotto dell'Arca del Gusto. Ottima sia cruda che cotta.



Cipolla di Alife

Coltivazione del casertano nota fin dall'epoca romana, era usata anche come medicamento. Recuperata dal rischio estinzione, ha bulbo poco schiacciato e buccia di colore rosso ramato vivace. Ha sapore dolce, sapido, per nulla pungente e si distingue per la sua delicatezza.



Cipolla di Cavasso e della Val Cosa

Siamo in Friuli, in provincia di Pordenone, per la precisione in Val Cosa. Qui si coltiva questo Presidio Slow Food, una cipolla ora ramata, ora rosa acceso dall'inconfondibile interno croccante e dolce. Viene conservata in trecce.

Cipolla di Isernia

Coltivata da secoli, è una varietà bianca dal bulbo molto schiacciato, raccolta tradizionalmente verso la fine di giugno. Ha profumo e sapore poco accentuati, perfetta per essere consumata a crudo.

Cipolla di Treschietto

Coltivata sull'Appennino tosco-emiliano, è un prodotto dell'Arca del Gusto (progetto di Slow Food per conservare la memoria dei prodotti agroalimentari tradizionali). Ha forma piatta e colore rosso rubino intenso.



EMOZIONI GOURMET
per la tua *TAVOLA*

Con la linea FOOD SERVICE, realizza il pane fatto in casa nel tuo locale offrendo un'esperienza che nutre l'anima. Il tuo locale, una tavola di emozioni autentiche.
Delizia i tuoi clienti, fa' crescere il tuo successo.



I canditi, tra storia e assaggi

di Caterina Vianello

“Se non aveste perso tutte le pecore del bel paese El Dorado, voi ora non sareste qui a mangiar cedri canditi e pistacchi”, scriveva Voltaire nel suo Candido. Se per alcuni questa affermazione rappresenta un buon esempio di godimento gastronomico, per altri assume i contorni di una vera e propria tortura: pochi ingredienti sono infatti così divisivi come i canditi, capaci di trasformare la tavola natalizia in un campo di battaglia, non solo metaforico. Da un lato, ecco schierati i sostenitori della bontà e del ruolo fondamentale dei canditi all'interno del dolce per eccellenza delle feste, Sua

maestà il Panettone; dall'altro, i detrattori delle scorzette e dei piccoli cubetti dolci. Sulla tovaglia, da un lato solo le briciole del panettone, dall'altro un vero e proprio cimitero di canditi, minuziosamente tolti dall'impasto. Siamo tra il serio ed il faceto ma è pur vero che ogni Natale lo scontro è acceso ed epico. In realtà, per risolverlo, basterebbe far assaggiare a chi detesta i canditi, quelli artigianali: si assisterebbe ad una ritrattazione delle proprie convinzioni che non solo vedrebbe l'apprezzamento pieno del panettone, ma anche quello della pastiera e della cassata siciliana.



Ma come si fanno i canditi e qual è la loro storia?

Se già Cina e Mesopotamia conoscevano la tecnica di conservare gli alimenti mediante l'utilizzo degli zuccheri e se gli antichi Romani mantenevano addirittura il pesce immergendolo nel miele, i precursori della moderna canditura sono gli arabi. L'espansione araba favorisce la diffusione della coltivazione della barbabietola in Marocco, Spagna, Cipro e Italia, più precisamente in Sicilia, tra il IX e XII sec. Grazie ai mercanti, veneziani prima e genovesi poi, la canditura si fa strada in Occidente e si allarga al Nord Italia e all'Europa continentale. I primi documenti che testimoniano l'uso di frutta candita in Europa risalgono al Cinquecento e se gli Arabi utilizzano lo zucchero solo a scopi medicinali, analogamente, almeno fino all'anno Mille, sarà questo l'uso che lo vedrà protagonista, considerato come una rarissima spezia molto costosa. Con la diffusione delle coltivazioni, il prezzo del prodotto diminuisce e l'uso comincia ad ampliarsi, così come le ricette. La prima ricetta di canditura conosciuta, secondo l'*Enciclo-*



pedia Britannica, risale al 1400 ed è scritta da un medico arabo, Abū Zakariyyā Yū annā ibn Māsawayh, meglio noto dalle nostre parti con il nome di Meuse il Vecchio, tradotta in italiano nel 1493 da studiosi veneziani.

La preparazione è pensata per “comfortare lo stomaco, il cuore e pulirsi la bocca”, a conferma del valore medicinale dello zucchero. La ricetta è molto simile a quella che conosciamo oggi: l'unico passaggio diverso prevede l'immersione del cedro nella lisciva prima della vera e propria preparazione. La lisciva è una soluzione di cenere e acqua bollente, che al tempo era utilizzata in cucina e che fino al Novecento in Italia è stata adoperata per lavare i panni. Già nel Seicento la lisciva scompare, restituendoci così una canditura praticamente identica a quella odierna. Progressivamente il valore medico dello zucchero scompare, a favore di quello gastronomico e dopo la conquista delle corti reali, i canditi diventano un alimento di consumo popolare.



L'etimologia del termine nasconde l'ingrediente principale del processo di canditura, lo zucchero appunto: la parola "candire" viene dall'arabo *qandat*, trascrizione della parola in sanscrito *khandakah* (appunto, zucchero). Dal punto di vista tecnico, la canditura è un metodo di conservazione di parti di frutta, fiori e piante commestibili mediante immersione in uno sciroppo di zucchero. In pratica, quello che avviene è la riduzione del contenuto in acqua della frutta e, per osmosi, un innalzamento graduale del contenuto in zucchero, portato a più del 70%. La conservazione degli aromi e del gusto dipende sia dal tipo di procedura scelta sia dall'abilità del pasticcere: qui sta infatti la differenza tra un prodotto artigianale ed un prodotto industriale. Di solito si impiega zucchero di barbabietola ma una frutta candita particolarmente pregiata si ottiene mediante canditura nel miele. In Italia esistono ancora ghiotte e raffinate preparazioni in cui la frutta è candita e conservata nel mosto cotto: tra queste, la *saba* o *sapa* dell'Emilia-Romagna. La canditura vede frutta intera, polpa, scorze, o pezzetti/cubetti: ecco allora ciliegie, agrumi (tagliati a fette, ma anche interi se piccoli, come il mandarino, il chinotto, il kumquat, il limone), albicocche, castagne (il celebre *marron glacé*), prugne, nespole, pesche, pere, mango, papaya, zucca, melone, zenzero, angelica, borragine, mimosa, rosa, viola.



La differenza tra canditi artigianali e industriali è notevole, frutto di due preparazioni completamente diverse che danno risultati altrettanto differenti e che sono alla base dell'apprezzamento o meno dei canditi. Nella lavorazione artigianale, la materia prima viene posta in una vasca di canditura e coperta di sciroppo. Per osmosi, si verifica uno scambio del liquido cellulare con la soluzione zuccherina. Dopo un certo periodo di tempo (variabile da un giorno a una settimana), lo sciroppo, ormai diluito, viene separato dalla materia prima e riscaldato per fargli perdere acqua tramite evaporazione ed eventualmente rinforzato con aggiunta di altro zucchero. Una volta arrivato alla concentrazione desiderata, lo sciroppo viene nuovamente versato sulla frutta: si tratta della giulebbatura (termine che deriva dall'arabo "*giulab*", cioè acqua di rose), operazione che viene ripetuta finché la concentrazione di zucchero nei canditi non sarà quella desiderata. A questo punto, i canditi possono essere consumati oppure conservati nello sciroppo di canditura fino al momento dell'utilizzo. Per facilitare il processo di osmosi, la frutta da candire viene porzionata.





*Per fare un'ottima pizza
ci vuole un'ottima mozzarella*

**Fior di latte e mozzarella di bufala
in vari formati. Una vasta gamma
di prodotti per ristoranti e pizzerie.**

- Fior di latte per pizza in filoni, cubettata e julienne
- Mozzarella di Bufala Campana DOP
- Specialità casearie: Burrata, Stracciatella
- Mozzarella Fior Di Latte
- Formaggi filanti e affumicati
- Preparati alimentari



*Scarica il
catalogo prodotti*



www.tanagrina.com

Industria Alimentare Tanagrina S.r.l.
Via della Sorgente 84030
San Pietro Al Tanagro, SA - Italy
+39 0975398100 / +39 0975 398201
commerciale@tanagrina.com



Nel caso in cui si voglia candire un frutto intero, è necessario inciderlo o praticare dei fori con un ago. Anche una previa sbollentatura può essere utile per avviare il processo osmotico. I canditi possono ulteriormente essere ghiacciati, cioè ricoperti di uno strato di zucchero (canditi “alla parigina”).

Nella pratica industriale, vengono in genere utilizzate delle autoclavi di canditura: sono di fatto dei recipienti a chiusura ermetica, dentro i quali frutta e sciroppo vengono tenuti a bassa pressione. Il punto di ebollizione risulta così abbassato a 55-60°C: l'autoclave funziona un po' come una pentola a pressione e fa evaporare tutta l'acqua, giungendo così alla concentrazione finale.

La gommosità dei canditi industriali è causata da un uso massiccio di glucosio, che evita che si formino cristalli di zucchero anche ad elevate concentrazioni. La grande industria fa inoltre uso massiccio di additivi alimentari (coloranti - anidride solforosa e suoi derivati come E220 e E229 - e aromatizzanti), che determinano uno snaturamento del gusto della materia prima. In effetti, l'uso di conservanti non sarebbe necessario perché ai livelli di pressione osmotica sopra riportati, la maggior parte dei batteri non sopravvive, specie quelli patogeni.

La differenza al palato è immediatamente percepibile: se da un lato abbiamo frutta polposa, in cui lo zucchero è un ingrediente, consentendo quindi alla materia prima di mantenere le proprie caratteristiche gustative e di consistenza, dall'altro lato avremo un prodotto in cui lo zucchero prevale e copre il resto, in cui la morbidezza lascia il posto alla gommosità e il cui il sapore e l'identità del frutto non sono percepibili. Se, nel primo caso, avremo un valore aggiunto nella preparazione finale, nel secondo non è del tutto condannabile l'operazione di eliminazione chirurgica dei canditi dall'impasto, vista la loro qualità.

Oltre che nel panettone, in cucina i canditi fanno regalare grandi soddisfazioni non solo negli impasti dolci o non solo come elementi decorativi di torte, gelati e preparazioni tradizionali ma anche come ingredienti con i quali giocare in primi piatti o secondi, in particolare di carne.





il Faggetto
BRICCHETTO ITALIANO



Per cuocere la tua pizza in modo sano ed ecologico



— Cercasi Distributore —



Accensione rapida, forno
a temperatura in tempi ridotti



Combustione Sana
e non portatrice di fumi



Mantenimento ad alto
rendimento e durata

SITTAS

*Benessere
Eco Innovativo*

commerciale@sittasrl.com
www.ilfaggetto.com

LE AZIENDE
INFORMANO

MANCA LOGO

Si fa presto a dire legna. La storia di Di Filippo Legnami

DI FILIPPO

Di Filippo Legnami s.r.l.
Via Marsala 242-244,
33100 UDINE (UD)

L Di Filippo Legnami srl nasce a Udine nel 1952 come segheria e produttrice di lana di legno. Oggi produce imballaggi industriali, lettieri per avicoli e gatti, biocombustibili legnosi come legna da ardere, pellet, bricchette, accendifuoco. Per il mercato della Pizza ha sviluppato 2 specifici prodotti, entrambi certificati secondo le più recenti norme ISO 17225: la legna da ardere di solo faggio essiccata in forni, posta in comodi cartoni (classe A1+) e speciali bricchette di faggio (classe A1) dalla forma **esagonale** atta a non rotolare sul piano cottura. Il nostro bricchetto LeonArdo® è fatto di pura segatura vergine, ha una densità doppia di quella del legno naturale, quindi occupa meno della metà dello spazio altrimenti necessario in pizzeria, rimanendo un prodotto pulito e facile da stoccare e trasportare. La nostra legna può essere confezionata anche su comodi pallet.

Di Filippo Legnami è il primo produttore italiano ad essere certificato già nel 2016 con la ISO 17225-5 secondo lo schema di certificazione Biomassplus®. Tale certificazione è già oggi obbligatoria per i biocombustibili usati in apparecchi domestici che utilizzano le detrazioni fiscali quali: Conto Termico 2.0, Eco-bonus, Bonus Casa e altri incentivi regionali in essere (Vedasi ultimi incentivi di Regione Veneto, Lombardia, Toscana) secondo quanto disposto dal D.Lgs 199/2021 Red II.



I nostri prodotti aderiscono perfettamente al nuovo regolamento per la qualità dell'aria emanato dal Comune di Milano e valido per tutte le pizzerie della Città metropolitana (vedi Art. 4 Comma 4) che cita testualmente:

“A far data dal 1 ottobre 2022, per le attività produttive alimentari e di ristorazione che fanno uso di biomasse legnose, è fatto obbligo di utilizzare biocombustibili rientranti in classe non inferiore ad A1, (ai sensi delle norme tecniche UNI EN ISO vigenti) certificati da un Organismo accreditato. I biocombustibili devono essere conservati in modo tale da non consentire alterazioni delle loro caratteristiche. La documentazione pertinente, comprovante la certificazione delle forniture di biocombustibili, deve essere conservata per almeno un anno e messa a disposizione, ove richiesto, del personale addetto al controllo e alla vigilanza.”



Dal 2021 Di Filippo Legnami è primo tra gli italiani ad essersi certificato sul mercato UK per i biocombustibili con la medesima ISO che prende il nome di Ready To Burn®.

Tutte le ns. certificazioni sono emesse da Organismo certificatore terzo accreditato. Tutto il legname che lavoriamo rispetta i requisiti della del regolamento EUTR 995/2010. Tale regolamento europeo ha lo scopo di rendere l'Europa il primo mercato mondiale completamente libero da legname proveniente da gestione e taglio illegale. Tutto il nostro legname ha un basso tenore di umidità poiché è interamente essiccato in forni di ultima generazione ad una temperatura di 75-80 C° che è addirittura più alta delle già restrittive direttive della FAO secondo lo standard ISPM-15 riferite all'export degli imballi in legno.

La nostra legna possiede anche la certificazione forestale FSC che assicura la provenienza da foreste sostenibili che riguarda non solo il concetto di sostenibilità ambientale ma anche il rispetto di specifici standard sociali e economici delle comunità locali.

Stiamo poi sviluppando altri nuovi prodotti dedicati sia al mercato delle pizzerie che al mercato consumer.

Possiamo produrre anche legna da ardere in comode retine o pallet oltre che fare carichi misti dei nostri prodotti.

Di Filippo legnami è convinta che la cottura della pizza con forno a legna, sia parte di quel immenso patrimonio dell'Italia che innalza le nostre profonde tradizioni agroalimentari e le tipicità delle materie prime dei nostri unici e irripetibili territori. Dietro un'ottima pizza oltre che il faticoso lavoro di molti maestri pizzaioli, l'alta qualità delle materie prime come farine, pomodoro e mozzarella, solo per citarne alcune, riteniamo che la legna e bricchette certificati Biomassplus® di faggio, rispetti i disciplinari della vera pizza di alta qualità, nel rispetto della tradizione della cottura nel forno a legna oltre che nel rispetto dei limiti emissivi. Avere oggi un forno a legna crea ancor di più valore aggiunto ed una fonte di importante marketing comunicativo verso il cliente finale.



Se la legna contiene infatti bassi livelli di umidità e pezzatura costante, la combustione diviene perfetta. Riusciamo pertanto a rispettare l'ambiente in cui viviamo e mantenere alto il valore di un prodotto unico al mondo, facente parte del patrimonio immateriale dell'umanità quale è la Pizza, che ha origini risalenti a 2000 anni fa come rilevato recentemente dagli ultimi scavi archeologici a Pompei.





a cura della redazione

La parola ai pizzaioli



Si chiude con questo numero una rubrica che ha voluto un po' cambiare il modo di parlare di pizza, mettendo al centro i Maestri pizzaioli e chiedendo loro di costruire, una pagina al mese, la guida alle pizzerie più amate dagli addetti ai lavori. E non potevamo che salutarci con un talent scout tra i più amati d'Italia: Graziano Bertuzzo.

Raccontami la tua storia professionale.

Quando avevo 12 anni, andando a scuola, passavo avanti a una pizzeria ogni giorno. Era il 1972, mancavano persino 100 o 200 lire per mangiare la pizza. Mi sentivo attratto dal profumo e dalla pizza in sé. Il proprietario, un giorno, mi fece entrare e mi chiese cosa mi attraesse tanto. Mi prese con sé. Oggi i ragazzi iniziano l'alberghiero a 13-14 anni, io a 12 ero già accanito sulla pizza. Mi avvicinai al forno, al taglio della mozzarella, portavo la legna: una sfida per me e per chi mi aveva invitato ad entrare. Era l'unica pizzeria di un paesino di 3000 abitanti.

E ricordi la prima volta che hai messo le mani in pasta?

Sì, è stato bello. Il capo era divertito dal fatto che mi preparavo la pizza come premio. Non arrivavo nemmeno al bancone, mettevo le cassette di coca-cola per salire, non hai idea di che pizza facevo. Adesso mi viene da ridere.

Il “segnalatore”

Nome: Graziano Bertuzzo

Pizzeria: Brian

Indirizzo: Via Einaudi 28,
Eraclea (VE)

I bambini sono attratti dal manipolare, toccare, pasticciare, come quando tornavi a casa e volevi aiutare la mamma a preparare gli gnocchi: lei non te lo faceva fare e la nonna sì. Emozionante. In quegli anni – 1972-1973 – non c'erano le impastatrici ma i classici vasconi. Ne ho fatti tanti di impasti lì dentro. Ricordo che ce n'erano due, entrambi bianchi ma un vascone era per l'impasto e l'altro per la legna.

I miei zii comunque avevano un panificio e io, vedendo le impastatrici, ero curioso di capire. Sai le classiche forcelle in ghisa che a fine lavoro si dovevano ungere per evitare la ruggine? Ero curioso. Chiesi se potessi provare a fare un impasto mentre non lavoravano loro e mi dissero di sì. A 16 anni, nel 1975, arrivai dove sono tutt'ora: un paesino a 10km da casa mia.

Finite le medie, vedevo la pizza nel mio futuro, come uno spiraglio. Arrivai al Brian e fu la svolta.

Grazie al CREA – Alimenti e Nutrizione, ho studiato ma volevo ancora di più, così nel 1985 ho conosciuto Antonio Pace. Sono stato aiutato molto da persone che conoscevano bene la pizza.

E della Scuola Italiana Pizzaioli che mi dici?

Nel 1985 incontrai Luisin Mengozzi, ci sedemmo a un tavolo rotondo e iniziammo a discutere della pizza. Cominciarono dei corsi di formazione dei pizzaioli e nel 1988 nacque la Scuola italiana pizzaioli. Anche se in realtà è nell'85 che era partito il tutto. Nei vari corsi ci si confrontava, c'erano legami tra Napoli e il Veneto, si cercava di capire le differenze tra regioni e regioni.

E quanto è stato difficile?

Niente di ciò che fai con passione e cuore lo è. Il difficile arriva quando il lavoro che fai tutti i giorni diventa pesante, noioso e stressante. Se accade, quello è il momento di lasciar perdere. Ho visto colleghi fermarsi ma in effetti erano scarichi, senza entusiasmo. Per me restare senza impasto tra le dita sarebbe molto doloroso.



Quindi hai la stessa passione di sempre?

Nella vita ho fatto solo pizze ma è stata una fortuna, è un lavoro che mi ha dato e continua a darmi tanto. Sono 51 anni ormai; all'inizio era un gioco ma poi tutto è cambiato. Ogni cosa alla quale miravo sono riuscito a ottenerla.

Come gestisci il Brian quando non ci sei?

È importante avere dei collaboratori e non dei pizzaioli. Nel senso che quando assumo qualcuno gli dico: “fai parte di un gruppo, non sei il pizzaiolo”. Bisogna dare loro delle responsabilità e far sì che credano in ciò che fanno. Insieme facciamo ricerca e sviluppo, ci sediamo e ci mettiamo in discussione, creiamo cose nuove e cerchiamo di migliorarci. Se io manco, nessuno deve accorgersene. È normale che alcuni clienti chiedano di Graziano, è il “capofamiglia” ma siamo bravi tutti e quando si sbaglia, sbagliamo tutti. Devo dire che i ragazzi che sono con me da 18 anni, quando manco, s'impegnano ancora di più.

Tu giri tanto, come viene accolta la pizza all'estero?

Io ho le mie strategie, cerco di non andar mai contro le idee altrui. Abbiamo voluto noi che la pizza uscisse dall'Italia e a volte mi fa rabbia che non siamo stati capaci di difendere questo prodotto. In Cina, Giappone, America ognuno fa la propria pizza e a volte bisogna dargli ragione perché hanno creato un prodotto che si adatta ai gusti della propria popolazione. A volte ti viene da pensare: “Ma questa non è la pizza...” eppure funziona e, con gran rammarico, mi dico: “Se qui ci fosse una pizza come veramente dovrebbe essere fatta, noi avremmo un'immagine molto più alta”.



La parola ai pizzaioli

Come vedi l'evoluzione della pizza?

Sarà sempre quel prodotto facile e veloce da mangiare, come il cappuccino con il croissant: non mancherà mai.

Il problema è che troppe volte si sconvolge la tradizione con concetti gourmet e farciture impensabili, prezzi esagerati ecc. Io dico sempre che tornerei alle pizze di quarant'anni fa. Ma se la cucina va avanti così, è giusto che ci siano innovazioni, spererei soltanto di tornare sui sapori di una volta che sono quasi spariti.

Oggi basta che scrivi "pizza" fuori al locale ed è fatta, è sconvolgente. Nella zona balneare di Caorle leggi "pizza" fuori ai bar, agli hotel, alle rosticcerie, tra poco anche fuori alle macellerie. È un prodotto che non viene valorizzato del tutto.

Come definisci la tua pizza e cos'è per te?

È quel qualcosa che deve soddisfare, per cui, quando ti siedi, io devo vederti felice. La gioia maggiore è proprio vedere il cliente soddisfatto ed entusiasta al tavolo. Io ho tentato di renderla "per tutti". La pizzeria si trova in una zona non di passaggio, devi arrivarci con l'auto e ci vengono, questo è bello. Immagina se sbagliamo: che macello.

Con mia sorella abbiamo visto tre generazioni, significa che abbiamo lasciato un buon segno. Ma ovviamente non è solo grazie alla pizza, piuttosto a un insieme di fattori: accoglienza, simpatia, cura per il cliente. Da noi nessuno è di passaggio.

Come ti vengono le idee per gli accostamenti?

L'80% parte dalle pizze classiche ma è vero anche che con i ragazzi mi sbizzarrisco. Cerchiamo sempre di usare al massimo 4 o 5 ingredienti sulla pizza. C'è anche una base di cucina: tutti gli anni mando i miei ragazzi a fare corsi, per creare abbinamenti. Dico sempre che bisogna fare rotazione per gli ingredienti, è inutile usarne uno per creare una sola pizza. Una cassetta di radicchio, se non hai un abbattitore o una macchina per il sottovuoto, dopo pochi giorni va buttata via. Molti non vogliono fare investimenti. Però si può lavorare con delle strategie a monte, ci sono mille aspetti da guardare nella preparazione di una pizza per arrivare a un prodotto di qualità: cotture separate, abbattimenti separati, confezionamenti su prodotti nei quali credi... io ho la fortuna di conoscere persone alle quali poter chiedere aiuto per arrivare laddove da solo non riesco e questa è una bellissima cosa.

Consigliami una sola pizza e spiegami com'è fatta

(ridiamo) La mia pizza ti farà ridere. Potrei fare qualcosa con il carpaccio, il tartufo, il petto d'oca, ce ne sono tantissime realizzate attraverso vittorie o semplici momenti... ma la mia è questa: gorgonzola, cipolla, salamino, mozzarella di bufala, un bel giro d'olio e due foglioline di basilico all'uscita. È la pizza "Graziano". L'ho portata a Lisbona dove ho fatto delle consulenze a un cliente che ha 136 locali; tra le pizze che abbiamo messo giù c'era anche questa e, credimi, lo scorso anno era la più gettonata. Quando hai tempo,

è bello capire il cliente che hai di fronte e, nei momenti meno impegnativi - tipo l'inverno - puoi anche proporre al gruppo di creare la propria pizza, secondo me è piacevole e i clienti sono contenti. Oppure qui va tanto il giropizza: parto con la fritta, poi al tegamino integrale, la paletta... e passi una piacevole serata degustando pizze. L'impasto più richiesto resta il classico e devo dire che la pizza più gettonata è la "Melanzane e porcini". Abbiamo delle melanzane particolari, mia nonna me le ha insegnate a fare quarant'anni fa. Ti dico solo che in estate ne facciamo un quintale, un quintale e mezzo.

Cioè?

Tagliamo la melanzana viola qualche giorno prima, mettiamo sale per togliere l'acqua, vengono fritte e infarinate su farina di riso che permette una bella doratura, passata in abbattimento e confezionata. Viaggia su tante pizze. Per questo ti dicevo che bisogna creare una rotazione degli ingredienti, così puoi avere un prodotto fresco tutte le sere e usarlo nei tempi necessari.

Consigliami un professionista e dimmi perché proprio lui/lei.

Angelo Silvestrini. È un amico, lavora nei miei stessi modi, ricerca prodotti sempre innovativi. Si trova nel Trevigiano. Ti potrei consigliare tante persone, anche perché credo che ogni pizzeria faccia la pizza migliore e non vorrei escludere nessuno. Ma, visto che posso sceglierne solo uno, ti manderei da lui perché so che al 100% farei bella figura.



Qual è la tua storia professionale?

La mia famiglia aveva un bar-trattoria alla fine degli anni '60, io sono cresciuto sotto i tavolini e da sempre cammino in cucina. Verso i 13-14 anni, mi sono innamorato della pizza. Ho iniziato un po' a girare per imparare il mestiere e poi ho fatto mettere il primo forno nella trattoria. È cominciata così. I miei erano in affitto, poi hanno comprato, buttato giù e ricostruito mettendo su questa attività qui, dove siamo adesso, tra il 1971 e il 1972.

109

Il “segnalato”

Segnalato: Angelo Silvestrini

Pizzeria: Nuovo Ronche

Indirizzo: Via Ronche Di Sopra
22/24, Piavon di Oderzo (TV)



Papà e mamma mi portavano alle fiere, le prime sulla ristorazione e, in una di queste, ho visto Graziano che faceva dimostrazioni e mi sono innamorato ancora di più. Volevo imparare, alla fine degli anni '80 ho fatto i primi corsi alla Scuola Italiana Pizzaioli e, ad oggi, sono pizzaiolo da 40 anni.

Questa passione è mai mutata?

Mai, anzi, il contrario. Tuttora, quando ci sono corsi di aggiornamento, non solo sulla pizza ma anche su birra, per sommelier, sul formaggio ecc., li faccio. Amo proprio il mondo della ristorazione. Mi documento e continuo a formarmi sulle cose che adopero. La formazione è fondamentale, specialmente negli ultimi anni; devi essere professionale perché la gente ha molte più conoscenze rispetto a un tempo. Questo anche grazie alla tv e ai giornali, non puoi vendere pan per focaccia.



E questo è positivo?

I lati positivi sono che le persone conoscono di più il prodotto e già sanno cosa ordinare, arrivano e dicono: “In tv ho visto questo salume, ce l’hai?”, è una cosa bella. Oppure è positivo che si conosca il dietro del mondo della ristorazione, mi viene in mente MasterChef, ad esempio. Guardandolo, vedi che uno deve saper saltare, scegliere la materia prima, lavarla ecc. La cosa negativa è che ora sembrano tutti professori, tutti bravi a fare i cuochi e le pizze.

Da quanto insegni alla Scuola Italiana Pizzaioli?

Dal 1998. L'aspetto più complicato dell'insegnamento è far comprendere come usare il prodotto a chi si affaccia a questo mondo per la prima volta. Per esempio, ogni farina è fatta per un prodotto: molti arrivano e pensano che una farina vada bene per tutto. Se devi andare nei campi a lavorare, prendi il trattore, non la macchina. Nel mio locale ho la teglia, la pizza ai cereali, la napoletana, la classica... 5 impasti diversi e chi fa i corsi questo deve capire, che per ogni prodotto c'è un materiale diverso.



La parola ai pizzaioli

Cos'è la pizza per te?

È come un figlio. Una cosa nuova e bella ogni volta che la preparo. Mi piace molto creare, usare prodotti del mio territorio per valorizzarlo. Per esempio, l'Asiago, il Monte Veronese, il radicchio trevigiano... così come a Napoli esaltate il piennolo o la bufala. Io dico che il bello dell'Italia è che in qualunque regione tu vada, mangi sempre bene. La pizza per me è vita. Mi piace insegnare, crescere i miei pizzaioli e vedere che poi aprono le loro pizzerie, è un orgoglio. La pizza nasce col bordo e deve morire con il bordo. Nella mia zona va con un po' di bordino, ha 30-32cm di diametro e con le cose buone sopra; la mia la definirei una veneta.

Proponimi una sola pizza e spiegami com'è fatta.

Impasto classico con farina macinata a pietra tipo 1, sale, olio e un poolish a monte, una maturazione che va dalle 48 alle 72 ore e in questo momento ti proporrei una "Opitergium": base bianca mozzarella, casatella trevigiana, pomodorini, radicchio trevigiano a crudo tagliato a pezzettini, glassa di aceto balsamico.

Aveva vinto un concorso a Riva del Garda qualche anno fa e ha i colori rosso e bianco dello stendardo di Oderzo: è dedicata alla mia cittadina. Poi però ti proporrei anche la pizza "In Rosa": crema di rucola, bufala, pomodorini, manzo all'inglese, formaggio spalmabile e sesamo nero. Questa ha i colori della bandiera italiana. L'ho preparata in onore di una partenza del giro d'Italia che abbiamo ospitato per la primissima volta a Oderzo. Il manzo era messo in modo da ricordare i raggi della bici e il sesamo il carbonio.

Le tue più grandi soddisfazioni?

Far parte della Scuola Italiana Pizzaioli, far parte dei giudici del Campionato mondiale della pizza, aver avuto la fortuna di girare tantissimi continenti... Quando qualcuno ti chiama e ti dice: "vai a Shangai a insegnare la pizza" per me è una gran cosa. Poi ho un progetto che sta partendo in questi giorni. Vicino a me c'è una scuola che insegna pasticceria-pizzeria-panificazione e ogni tanto mi mandano dei ragazzi per fare gli stage. Mi hanno chiesto di prendere una ragazza sordomuta, proveniente dal Kenya e adottata per insegnarle a fare la pizza. Per me è una cosa meravigliosa. Sarà una grande sfida, dobbiamo fare delle schede da mettere in cucina, ora abbiamo una persona che parla il linguaggio dei segni ma non possiamo averla fissa in pizzeria. Non sarà facile ma trovo che sia bellissimo e il mio obiettivo è quello di portarla al Campionato della pizza.

Secondo te quanto è cambiata la pizza negli anni?

La pizza è cambiata principalmente sulla digeribilità, una volta si faceva la mattina per la sera e sulle farciture. In tal senso è migliorata tantissimo. Prima c'erano solo 7 pizze sul menu, oggi si spazia parecchio. Poi ci sono le mode... alcune, tipo quella del surgelato, a me non va proprio giù. Purtroppo, però non credo che passeranno.



La pizza "In Rosa"

vitella

SPEZZATRICI, PRESSE
E ARROTONDATRICI

SIGEP

THE DOLCE WORLD EXPO

FIERA DI RIMINI
20-24 GENNAIO 2024
PAD. D7 - STAND 066



112

PIZZA E PASTA ITALIANA

DICEMBRE

2023

UN LIBRO
AL MESE

Osterie d'Italia 2024

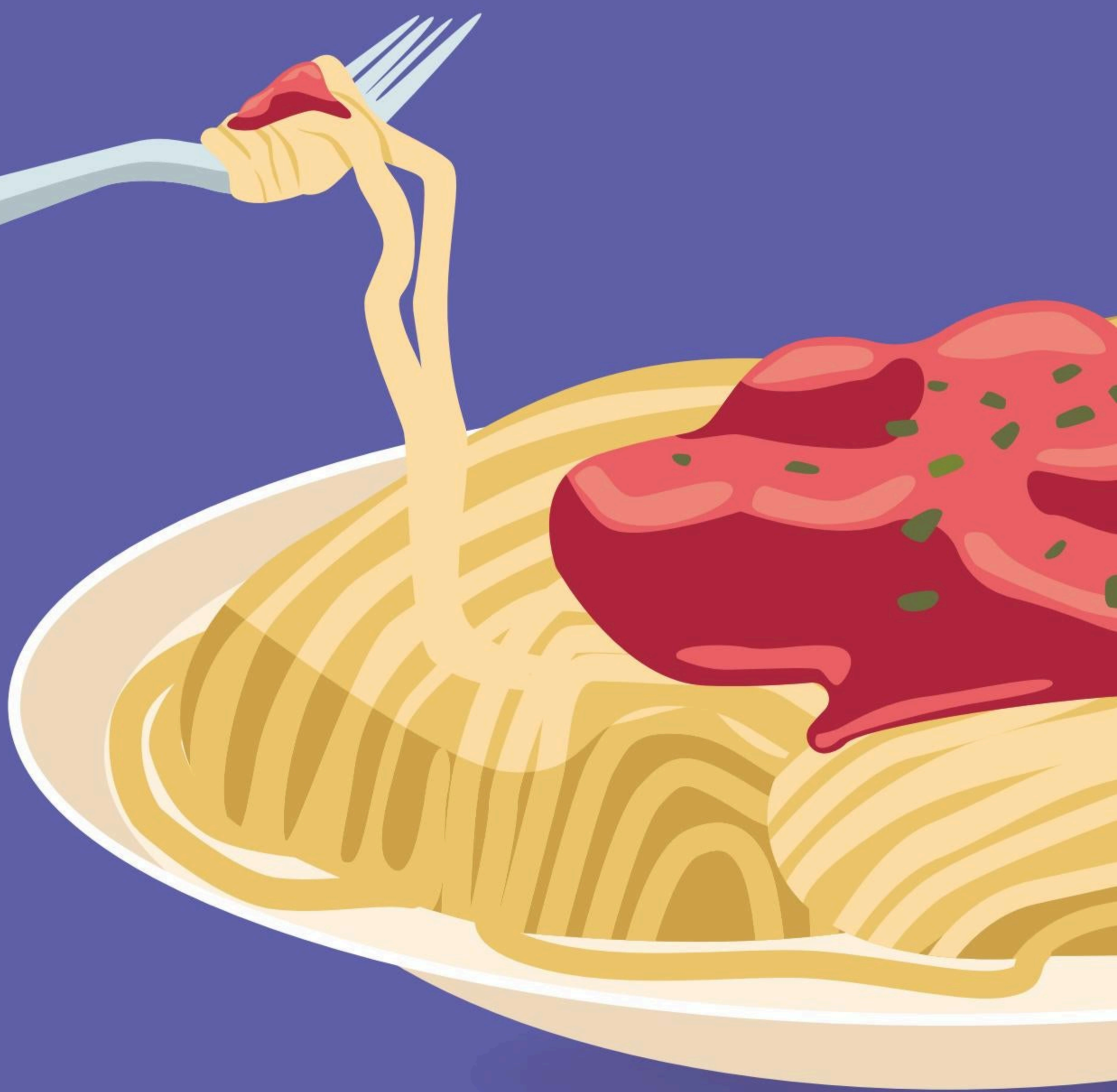
Editore: Slow Food Editore

A cura di:

*Francesca Mastrovito
ed Eugenio Signoroni*

Pagine: 940

Prezzo: € 24,00



La trentaquattresima edizione della guida che recensisce 1752 locali segnalati per la cucina territoriale, la selezione degli ingredienti e l'accoglienza genuina è ormai diventata per tutti "la gialla": stiamo parlando di Osterie d'Italia, il lavoro corale pubblicato da Slow Food per raccontare l'osteria, format scelto da sempre più giovani cuochi e ristoratori per le loro nuove aperture.

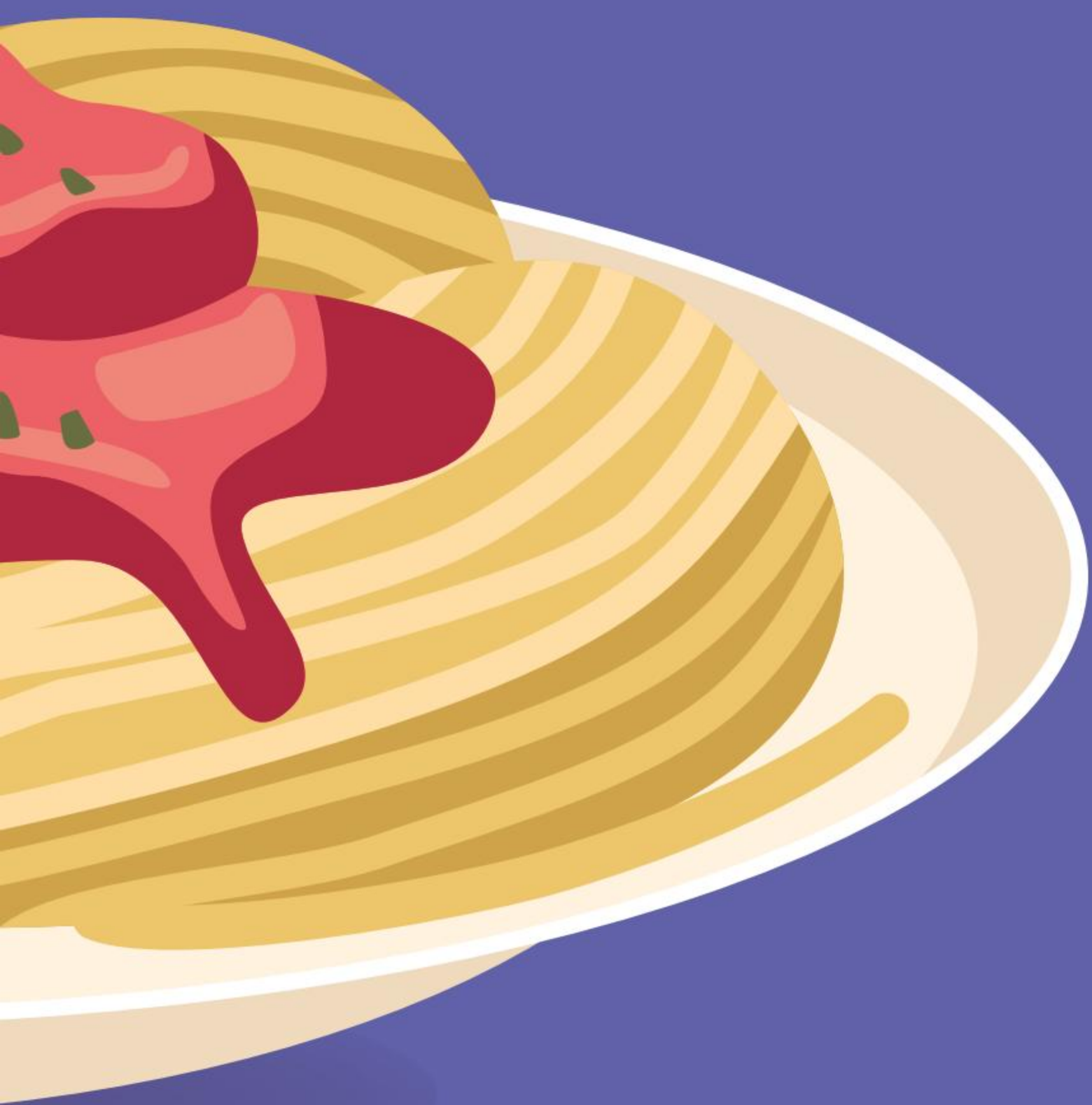
Osterie d'Italia 2024 racconta la ristorazione italiana più autentica e di qualità attraverso le visite e le recensioni di più di 240 collaboratori sparsi in tutta Italia, in una rete fitta e capillare. Accanto a osterie, ristoranti, enoteche con cucina, agriturismi, compaiono in numero sempre maggiore tipologie ristorative alternative come pastifici, pub, pizzerie e gastroonomie le cui caratteristiche, in primis l'attenzione e l'aderenza al territorio, la selezione di materie prime e l'accoglienza, rientrano a tutti gli effetti nell'idea di osteria così come raccontata dalla guida.

Sono 311 i locali premiati con la Chiocciola, ovvero il massimo riconoscimento assegnato alle insegne che si contraddistinguono per l'eccellente proposta e per l'ambiente, la cucina e l'accoglienza in sintonia con i valori di Slow Food. Ben 163 sono invece i nuovi indirizzi inseriti in guida. 151 locali premiati con il Bere Bene, un riconoscimento per la curata selezione di bevande: birre artigianali, succhi, infusi, cocktail e distillati, 488 locali premiati con la Bottiglia per la curata selezione di vini.

Per la prima volta, i riconoscimenti storici della Chiocciola, della Bottiglia e del Bere Bene sono stati assegnati anche ai locali segnalati negli inserti, ovvero quei locali la cui offerta e impostazione sono interpreti di una tradizione gastronomica locale, rintracciabili – ai livelli di eccellenza assoluta – esclusivamente nella regione di appartenenza. Gli inserti regalano uno spaccato approfondito di: farinotti, focaccia genovese e focaccia di Recco in Liguria; malghe trentine e törggelen altoatesini; bacari veneti; osmize sul Carso, buffet triestini e rito del tajùt in Friuli Venezia Giulia; piadinerie romagnole; trippai fiorentini; supplì e pizza al taglio in Lazio; arrosticini abruzzesi; fornelli murgesi in Puglia; pizzerie in Campania; morzello in Calabria. Dei 245 locali segnalati negli inserti, sono in 15 ad aver ricevuto la Chiocciola: 1 trippaio fiorentino, 4 indirizzi di supplì e pizza al taglio romani, 2 indirizzi per gli arrosticini abruzzesi, 7 pizzerie campane e 1 indirizzo per il morzello calabrese.

Per questo, il numero delle Chiocciolate distribuite per regione varia sensibilmente portando la Campania a essere la regione con il maggior numero di locali chiocciolati (39), seguita dalla Toscana (28) e dal Piemonte (26).

«La guida Osterie d'Italia è un romanzo italiano che racconta il nostro Paese. Nelle sue pagine non ci sono classifiche o giudizi, ma storie: leggendo le schede dei ristoranti segnalati vi sembrerà di essere seduti ai loro tavoli», ha detto Carlo Bogliotti, amministratore delegato di Slow Food Editore, aprendo la presentazione al Teatro Elfo Puccini di Milano, dedicata a Sergio Staino. «Cinquanta dei cuochi segnalati sulla prima edizione di Osterie d'Italia sono ancora nelle pagine di questa guida – ha aggiunto Carlo Petrini, fondatore di Slow Food -. Altri hanno fatto scelte e imboccato strade diverse. Da allora il mondo è cambiato, ma voi che siete qua – ha proseguito rivolgendosi alla platea di osti e ostesse – siete il presidio dell'alimentazione del nostro Paese: quelli a cui l'Italia deve riconoscere di aver conservato il suo patrimonio gastronomico».



THE ITALIAN
WAY TO LIVE
DOLCE

SIGEP

THE DOLCE WORLD EXPO

20-24 GENNAIO 2024
FIERA DI RIMINI

45° Salone Internazionale della Gelateria,
Pasticceria, Panificazione Artigianali e Caffè.



sigep.it

ORGANIZZATO DA

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON



madeinitaly.gov.it



AU TH EN TIC

food passion

Tutti i migliori ingredienti più uno...
la nostra autentica passione



WIBERG
OFFICIAL DEALER
ITALY FRANCE SPAIN

demetrafood.it



frulloro

FRULLATO DI POMODORO FRESCO



NESSUN SEGRETO

100%
POMODORO
ITALIANO

L'unico **frullato di pomodoro fresco**
ideale per le tue pizze.

Il **Frulloro®** è un **prodotto unico sul mercato** firmato da Menù, realizzato con **solo 100% pomodoro italiano lavorato dal fresco in stagione**. La **tecnologia di produzione esclusiva** è ciò che lo rende perfetto per valorizzare l'arte dei professionisti del settore. In modo trasparente, Menù miscela i profumi, il gusto e le caratteristiche organolettiche delle materie prime per **creare il miglior blend, ogni giorno**.

Ecco perchè **non ha segreti.**

www.menu.it marketing@menu.it

